

Los textos marcados en negro corresponden a información clasificada como confidencial, de conformidad con los artículos 3, fracción IX y 125 de la Ley Federal de Competencia Económica. Por lo anterior, dicha información obra resguardada en cuerda separada al presente expediente.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

Ciudad de México, a veintisiete de enero de dos mil veinte.- Vistas las constancias que integran el expediente AI/DC-003-2019 y con fundamento en lo dispuesto en los artículos 28, párrafos décimo quinto y décimo sexto, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio del Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, publicado en el Diario Oficial de la Federación el catorce de julio de dos mil catorce; 7, párrafo tercero, 15, fracción XVIII, 26, 28, fracción V, 264, 279, 280 y 284 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión; 5, párrafo primero, 28, fracción XI, 58, 59 y 96, fracción V, de la Ley Federal de Competencia Económica; 5, 7, 8, 64, 68 y 120, fracción II, de las Disposiciones Regulatorias de la Ley Federal de Competencia Económica para los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, así como 4, fracción VI, 62, fracción XXIV y 65, fracciones III y VI del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, la Autoridad Investigadora presenta al Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones el Dictamen Preliminar, de acuerdo con los antecedentes y consideraciones de derecho que a continuación se expresan.

Glosario

- (1) A efecto de brindar una lectura ágil, en el presente documento se utilizarán los siguientes acrónimos y términos:

A	
AEP en el sector de telecomunicaciones	Agente Económico Preponderante de conformidad con la Resolución de preponderancia en el sector de telecomunicaciones.
Agente económico	Toda persona física o moral, con o sin fines de lucro, dependencias y entidades de las administración pública federal, estatal o municipal, asociaciones, cámaras empresariales, agrupaciones de profesionistas, fideicomisos o cualquier otra forma de participación en la actividad económica.
AI	Autoridad Investigadora del Instituto Federal de Telecomunicaciones.
AMX	América Móvil, S.A.B. de C.V.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

Artículo Noveno Transitorio	Artículo Noveno Transitorio del Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, publicado en el Diario Oficial de la Federación el catorce de julio de dos mil catorce.
Autorizado	Toda persona física o moral que cuenta con autorización conforme a la fracción I del Artículo 170 de la LFTyR para establecer y operar o explotar una comercializadora de servicios de telecomunicaciones sin tener el carácter de concesionario.
Aviso de Concentración	Aviso de concentración presentado ante el Instituto Federal de Telecomunicaciones el dos de mayo de dos mil diecinueve, por los representantes legales de Mega Cable, S.A. de C.V. y Telefonía por Cable, S.A. de C.V. (en su conjunto Megacable), así como Axtel, S.A.B. de C.V., en términos del Artículo Noveno Transitorio, radicado en el expediente UCE/AVC-001-2019 del índice de la Unidad de Competencia Económica del Instituto Federal de Telecomunicaciones.
Axtel	Axtel, S.A.B. de C.V.
B	
BIT	Banco de Información de Telecomunicaciones del Instituto Federal de Telecomunicaciones.
C	
CFE	Comisión Federal de Electricidad
CPEUM	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
CRE	Comisión Reguladora de Energía
Criterio técnico	Criterio técnico determinado conforme al Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones expide el criterio técnico para el cálculo y aplicación de un índice cuantitativo a fin de determinar el grado de concentración en los mercados y servicios correspondientes a los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión.
D	
DGCM	Dirección General de Condiciones de Mercado, adscrita a la Autoridad Investigadora del Instituto Federal de Telecomunicaciones.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

Dish	GIE conformado por Grupo MVS, S.A.P.I. de C.V., Comercializadora de Frecuencias Satelitales, S. de R.L. de C.V. y MVS Net, S.A. de C.V., así como sus subsidiarias y filiales, tal como se detalla en el Anexo III.
Disposiciones Regulatorias	Disposiciones Regulatorias de la Ley Federal de Competencia Económica para los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión.
DOF	Diario Oficial de la Federación.
DP, Dictamen o Dictamen Preliminar (Indistintamente)	El presente dictamen preliminar.
E	
ENDUTIH 2018	La Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía para el año dos mil dieciocho.
Estatuto Orgánico	Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones.
Expediente	El expediente AI/DC-003-2019 en el cual se actúa.
G	
GB	Gigabyte.
Gbps	Gigabit por segundo.
GIE	Grupo o Grupos de Interés Económico, indistintamente.
GPON	Red Óptica Pasiva con Capacidad de Gigabit (GPON es acrónimo del término en Inglés <i>Gigabit-capable Passive Optical Network</i>) y se refiere a una tecnología de acceso de telecomunicaciones que utiliza fibra óptica para llegar hasta el suscriptor. Los estándares técnicos de esta tecnología fueron aprobados por las Comisiones de Estudio del Sector de Normalización de las Telecomunicaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (o UIT-T) mediante las recomendaciones G.984.1, G.984.2, G.984.3, G.984.4 y G.984.5.
Grupo Salinas	GIE conformado por TV Azteca, S.A.B. de C.V. y Total Play Telecomunicaciones, S.A. de C.V., así como sus subsidiarias y filiales, tal como se detalla en el Anexo IV del presente Dictamen.
Grupo Televisa	Grupo Televisa, S.A.B.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

GTV	GIE conformado por Grupo Televisa, S.A.B., así como sus subsidiarias y filiales, tal como se detalla en el Anexo II del presente Dictamen.
I	
IH o IHH (indistintamente)	Índice Herfindahl-Hirschman, determinado conforme al Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones expide el criterio técnico para el cálculo y aplicación de un índice cuantitativo a fin de determinar el grado de concentración en los mercados y servicios correspondientes a los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión.
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
Informe anual integrado de Axtel 2018	Informe anual integrado que se presenta de acuerdo con las disposiciones de carácter de general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado, de Axtel, S.A.B. de C.V., para el ejercicio dos mil dieciocho.
Instituto o IFT (indistintamente)	Instituto Federal de Telecomunicaciones.
IPTV	Televisión por protocolo de internet.
K	
kbps	Kilobits por segundo.
L	
LFCE	Ley Federal de Competencia Económica.
LFTyR	Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.
M	
Mbps	Megabits por segundo.
Megacable	GIE conformado por Megacable Holdings, S.A.B. de C.V., así como sus subsidiarias y filiales, tal como se detalla en el Anexo I del presente Dictamen.
Mega Cable	Mega Cable, S.A. de C.V.
Megacable Holdings	Megacable Holdings, S.A.B. de C.V.
Multiprogramación	Distribución de más de un canal de programación en el mismo canal de transmisión.
O	
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

001827



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

Operación	Adquisición por parte de Telefonía por Cable, S.A. de C.V. y Mega Cable, S.A. de C.V., empresas pertenecientes a Megacable Holdings, S.A.B. de C.V., de los activos necesarios para la prestación del STAR, el SBAF y el STF con tecnología de fibra óptica directa al hogar, así como parte de la cartera de clientes de Axtel, que corresponde al segmento masivo, en 16 (dieciséis) municipios de 5 (cinco) entidades federativas de la República Mexicana.
ORCI	Oferta de Referencia de Compartición de Infraestructura
OREDA 2019	Anexo Único de la Oferta de Referencia para la Desagregación del Bucle Local (OREDA-Telmex) 2019.
OTT	Acrónimo del término en inglés <i>Over-the-top</i> .
P	
PROFECO	Procuraduría Federal del Consumidor.
R	
Rating	Porcentaje que mide el tamaño de la audiencia.
Reporte Anual de AMX 2017	Reporte anual que se presenta de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado, de América Móvil, S.A.B. de C.V. para el ejercicio de dos mil diecisiete.
Reporte Anual de AMX 2018	Reporte anual que se presenta de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado, de América Móvil, S.A.B. de C.V. para el ejercicio de dos mil dieciocho.
Reporte Anual Axtel 2018	Reporte anual que se presenta de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado, de Axtel, S.A.B. de C.V. para el ejercicio de dos mil dieciocho.
Reporte Anual Empresas Cablevisión 2018	Reporte anual que se presenta de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, de Empresas Cablevisión, S.A.B. de C.V. para el ejercicio de dos mil dieciocho.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

Reporte Anual GTV 2017	Reporte Anual que se presenta de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, de Grupo Televisa, S.A.B., para el ejercicio de dos mil diecisiete.
Reporte Anual GTV 2018	Reporte anual que se presenta de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado, de Grupo Televisa, S.A.B., para el ejercicio dos mil dieciocho.
Reporte Anual Megacable 2018	Reporte anual que se presenta de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras y a otros participantes del mercado, de Megacable Holdings, S.A.B. de C.V., para el ejercicio de dos mil dieciocho.
Reporte Anual Telmex 2018	Reporte Anual que se presenta de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado, de Teléfonos de México, S.A.B. de C.V. para el año que concluyó el treinta y uno de diciembre de dos mil dieciocho.
RPC	Registro Público de Concesiones del IFT.
RPT	Red pública de telecomunicaciones.
Resolución del Pleno	Resolución emitida por el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones el siete de agosto de dos mil diecinueve, mediante acuerdo número P/IFT/070819/375, relativa al expediente UCE/AVC-001-2019, mediante la cual se determina que la concentración a la que se refiere el Aviso de Concentración cumple con los incisos a, a d. establecidos en el primer párrafo del Artículo Noveno Transitorio.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

Resolución de preponderancia en el sector de telecomunicaciones

Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones determina al Grupo de Interés Económico del que forman parte América Móvil, S.A.B. de C.V.; Teléfonos de México, S.A.B. de C.V.; Teléfonos del Noroeste, S.A. de C.V.; Radiomóvil Dipsa, S.A.B. de C.V.; Grupo Carso, S.A.B. de C.V, y Grupo Financiero Inbursa, S.A.B. de C.V., como agente económico preponderante en el sector de telecomunicaciones y le impone las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia, emitida mediante el Acuerdo P/IFT/EXT/060314/76, de fecha seis de marzo de dos mil diecisiete.

Revisión blenal

Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones suprime, modifica y adiciona las medidas impuestas al agente económico preponderante en el sector de telecomunicaciones mediante resolución de fecha 6 de marzo de 2014, aprobada mediante acuerdo P/IFT/EXT/060314/76, emitida mediante el Acuerdo P/IFT/EXT/270217/119, de fecha veintisiete de febrero de dos mil diecisiete.

S	
SAIB	Servicio de acceso indirecto al bucle.
SBAF	Servicio de acceso a internet de banda ancha fija.
SBAM	Servicio de acceso a internet de banda ancha móvil.
Sky	Corporación Novavisión, S. de R.L. de C.V.
SRI	Servicio de reventa de internet.
SRLT	Servicio de reventa de línea telefónica.
SRP	Servicio de reventa de paquetes.
STAR	Servicio de televisión y audio restringidos.
Star Group	Televera Red, S.A.P.I. de C.V.
STF	Servicio de telefonía fija.
STM	Servicio de telefonía móvil.
STVR	Servicio de televisión radiodifundida.
T	
Telmex	Teléfonos de México, S.A.B. de C.V.
Telefonía por Cable	Telefonía por Cable, S.A. de C.V.
Total Play o Totalplay (Indistintamente)	Total Play Telecomunicaciones, S.A. de C.V. y sus subsidiarias, empresa perteneciente al grupo de interés económico Grupo Salinas.
TV Azteca	TV Azteca, S.A.B. de C.V.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

Twister	Sistema CV Siete, S.A. de C.V.
U	
UCE	Unidad de Competencia Económica del Instituto.

I. Antecedentes

Primero.- Reforma constitucional

- (2) El once de junio de dos mil trece fue publicado en el DOF el Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones, mediante el cual se creó el Instituto Federal de Telecomunicaciones como un "(...) *órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, conforme a lo dispuesto en esta Constitución y en los términos que fijan las leyes (...)*". Asimismo, se estableció que el Instituto "(...) *será también autoridad en materia de competencia económica de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, por lo que en éstos ejercerá en forma exclusiva las facultades que este artículo y las leyes establecen para la Comisión Federal de Competencia Económica (...)*".

Segundo.- Normatividades aplicables en materia de competencia económica, en el sector de telecomunicaciones y radiodifusión

- (3) El veintitrés de mayo de dos mil catorce se publicó en el DOF la LFCE, cuyo artículo 5, párrafo primero, establece que el IFT es la autoridad en materia de competencia económica en el sector de telecomunicaciones y radiodifusión.
- (4) El catorce de julio de dos mil catorce se publicó en el DOF la LFTyR, cuyo artículo 7, párrafo tercero, establece que el IFT es la autoridad en materia de competencia económica de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones.

Tercero.- Artículo Noveno Transitorio

- (5) El Artículo Noveno Transitorio del Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión; publicado en el DOF el catorce de julio de dos mil catorce, dispone lo siguiente:

NOVENO. En tanto exista un agente económico preponderante en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, con el fin de promover la competencia y desarrollar competidores viables en el largo plazo, no



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

requerirán de autorización del Instituto Federal de Telecomunicaciones las concentraciones que se realicen entre agentes económicos titulares de concesiones, ni las cesiones de concesión y los cambios de control que deriven de éstas, que reúnan los siguientes requisitos:

- a. Generen una reducción sectorial del Índice de Dominancia "ID", siempre que el índice Hirschman-Herfindahl "IHH" no se incremente en más de doscientos puntos;*
- b. Tengan como resultado que el agente económico cuente con un porcentaje de participación sectorial menor al veinte por ciento;*
- c. Que en dicha concentración no participe el agente económico preponderante en el sector en el que se lleve a cabo la concentración, y*
- d. No tengan como efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y concurrencia, en el sector que corresponda.*

(...)

Los agentes económicos deberán presentar al Instituto Federal de Telecomunicaciones, dentro de los 10 días siguientes a la concentración, un aviso por escrito que contendrá la información a que se refiere el artículo 89 de la Ley Federal de Competencia Económica referida al sector correspondiente así como los elementos de convicción que demuestren que la concentración cumple con los incisos anteriores.

El Instituto investigará dichas concentraciones en un plazo no mayor a noventa días naturales y en caso de encontrar que existe poder sustancial en el mercado de redes de telecomunicaciones que presten servicios de voz, datos o video o en el de radio y televisión según el sector que corresponda, podrá imponer las medidas necesarias para proteger y fomentar en dicho mercado la libre competencia y concurrencia, de conformidad con lo dispuesto en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la Ley Federal de Competencia Económica sin perjuicio de las concentraciones a que refiere el presente artículo.

Las medidas que imponga el Instituto se extinguirán una vez que se autorice a los agentes económicos preponderantes la prestación de servicios adicionales. (Énfasis añadido).

- (6) Como se advierte de la transcripción anterior, el Artículo Noveno Transitorio establece una excepción al procedimiento de notificación de concentración establecido en el artículo 86 de la LFCE y referido en el diverso 112, penúltimo párrafo, de la LFTyR. Tal excepción implica que no se requiere autorización previa del Instituto para que la **concentración** pueda realizarse; siempre y cuando se cumplan los requisitos establecidos en los incisos a. al d. del primer párrafo del



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

Artículo Noveno Transitorio. Posteriormente, se deberá investigar si la concentración genera poder sustancial en el mercado de redes de telecomunicaciones que presten servicios de voz, datos o vídeo o en el de radio y televisión, según el sector que corresponda.

Cuarto.- Resolución de preponderancia en el sector de telecomunicaciones

- (7) Mediante resolución aprobada el seis de marzo de dos mil catorce, el Pleno del Instituto determinó que el Grupo de Interés Económico conformado por América Móvil, S.A.B. de C.V.; Teléfonos de México, S.A.B. de C.V.; Teléfonos del Noroeste, S.A. de C.V.; Radiomóvil Dipsa, S.A.B. de C.V.; Grupo Carso, S.A.B. de C.V. y Grupo Financiero Inbursa, S.A.B. de C.V., constituye un agente económico preponderante en el sector telecomunicaciones.
- (8) En consecuencia, el Pleno también resolvió imponer a dicho agente económico un conjunto de medidas para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia, así como permitir la desagregación efectiva de la red local fija.¹

Quinto.- Aviso de Concentración

- (9) De conformidad con la Resolución de Pleno, el "dos de mayo de dos mil diecinueve, los representantes legales de MEGA CABLE, S.A. de C.V. y Telefonía por Cable, S.A. de C.V. (en su conjunto Megacable), así como Axtel, S.A.B. de C.V. (...), presentaron (ante la Oficialía de Partes del Instituto) un aviso de concentración en términos del artículo Noveno Transitorio del Decreto de la LFTR que se refiere a la adquisición de diversos activos (...) propiedad de Axtel",² El objeto principal de la concentración "consiste en la adquisición de los (...) activos (...) necesarios para prestar los servicios de internet, telefonía y televisión de paga con tecnología de fibra óptica directa al hogar, incluida parte de la cartera de clientes de Axtel,

¹ El veintisiete de febrero de dos mil diecisiete, las medidas referidas fueron suprimidas, modificadas y adicionadas mediante la revisión bienal acordada por el Pleno del Instituto.

² Foja 3 del Expediente.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

limitada a aquellos que corresponden al segmento masivo (...) en cinco áreas geográficas (...)^{3,4}

- (10) El Aviso de Concentración fue radicado bajo el expediente número UCE/AVC-001-2019 de la UCE del Instituto.

Sexto.- Resolución del Pleno

- (11) Mediante acuerdo P/IFT/070819/375 de fecha siete de agosto de dos mil diecinueve, el Pleno del Instituto resolvió que la concentración señalada en el numeral anterior cumplió con los requisitos establecidos en los incisos a. al d. del primer párrafo del Artículo Noveno Transitorio. Asimismo, se dio vista a la AI del Instituto para los efectos legales que correspondieran.

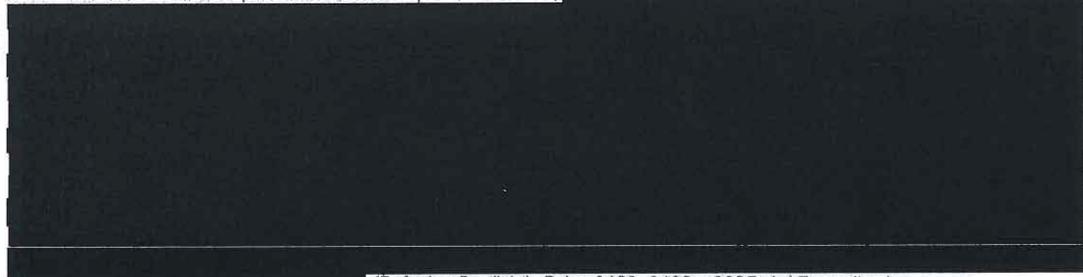
Séptimo.- Acuerdo de Inicio

- (12) El quince de agosto de dos mil diecinueve, la Titular de la AI emitió el acuerdo por el cual se inició de oficio el procedimiento de investigación previsto en el quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio para determinar la probable existencia de agentes económicos con poder sustancial en el mercado de redes de telecomunicaciones que presten servicios de voz, datos o video, a nivel nacional, estatal, regional y/o local, radicado bajo el número de expediente AI/DC-003-2019.⁵

Octavo.- Publicación del extracto del acuerdo de Inicio en el DOF

- (13) Por lo anterior y en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 96, fracción III, de la LFCE, el doce de septiembre de dos mil diecinueve fue publicado en el DOF el

³ Adicionalmente, de acuerdo con la Resolución de Pleno, la Operación incluyó la transferencia en "(...) la Zona Conurbada, Ciudad de México (Atizapán, Cuautitlán, Chalco, Ecatepec de Morelos, Ixtapaluca y Nicolás Romero, todos del Estado de México) (de) infraestructura de fibra óptica, no usuarios finales." No obstante, durante el procedimiento de investigación, Axtel y Megacable manifestaron que mediante la Operación no se adquirió infraestructura de fibra óptica en los municipios señalados.



(Énfasis añadido). Fojas 1601, 1602 y 1825 del Expediente.

⁴ Foja 7 del Expediente.

⁵ Fojas 34 a 37 del Expediente.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

extracto del acuerdo de inicio referido en el numeral previo, mismo que precisa lo siguiente:

EXTRACTO DEL ACUERDO POR EL CUAL LA TITULAR DE LA AUTORIDAD INVESTIGADORA DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES INICIA DE OFICIO LA INVESTIGACIÓN DE LA CONCENTRACIÓN PREVISTA EN EL PÁRRAFO QUINTO DEL ARTÍCULO NOVENO TRANSITORIO DEL DECRETO POR EL QUE SE EXPIDEN LA LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN, Y LA LEY DEL SISTEMA PÚBLICO DE RADIODIFUSIÓN DEL ESTADO MEXICANO; Y SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES EN MATERIA DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN, PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL CATORCE DE JULIO DE DOS MIL CATORCE, PARA DETERMINAR LA PROBABLE EXISTENCIA DE AGENTES ECONÓMICOS CON PODER SUSTANCIAL EN EL O LOS MERCADOS DE REDES DE TELECOMUNICACIONES QUE PRESTEN SERVICIOS DE VOZ, DATOS O VIDEO, A NIVEL NACIONAL, ESTATAL, REGIONAL Y/O LOCAL, RADICADO BAJO EL NÚMERO DE EXPEDIENTE AI/DC-003-2019.

I. Inicio de investigación y mercado investigado. De conformidad con lo establecido en el acuerdo emitido por la Autoridad Investigadora del Instituto Federal de Telecomunicaciones el quince de agosto de dos mil diecinueve, se inicia de oficio la investigación de la concentración con el fin de determinar la probable existencia de agentes económicos con poder sustancial en el o los mercados de redes de telecomunicaciones que presten servicios de voz, datos o video, a nivel nacional, estatal, regional y/o local, con fundamento en los artículos 28, párrafo décimo sexto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; Noveno Transitorio del Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, publicado en el Diario Oficial de la Federación el catorce de julio de dos mil catorce (Artículo Noveno Transitorio); 12, fracción I, 28, fracciones VIII y XI, 96, fracción III, y 117, párrafo tercero, de la Ley Federal de Competencia Económica; 26 y 28, fracción V, de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión; 4, fracciones VI y IX, inciso xxviii), 62, fracciones IX, XVIII, XXIX, XXXII, XLVIII y XLIX, y 65, fracción III, del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones; así como 56, 165, fracción II, y 167 de las Disposiciones Regulatorias de la Ley Federal de Competencia Económica para los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión.

La presente investigación no prejuzga sobre la existencia de poder sustancial por parte de agente económico alguno; únicamente se inicia en estricto cumplimiento a lo señalado en el párrafo quinto del Artículo Noveno Transitorio, y conforme a lo dispuesto en el artículo 96 de la Ley Federal de Competencia Económica, mutatis mutandis.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

II. Periodo de Investigación de la concentración prevista en el Artículo Noveno Transitorio. El párrafo quinto del Artículo Noveno Transitorio establece que el Instituto Federal de Telecomunicaciones investigará las concentraciones previstas en el párrafo primero del propio artículo, en un plazo no mayor a noventa días naturales, lo cual implica que la Autoridad Investigadora del Instituto Federal de Telecomunicaciones debe agotar todas las actuaciones de investigación dentro de dicho periodo. Conforme al artículo 115, párrafos primero, segundo y cuarto, de la Ley Federal de Competencia Económica, las actuaciones se practicarán en días y horas hábiles, y se podrán habilitar los días inhábiles cuando hubiere causa que lo justifique. Así, el mandato establecido en el Artículo Noveno Transitorio constituye una causa que justifica habilitar los días inhábiles comprendidos en los noventa días naturales del periodo de investigación de la concentración, a fin de realizar todas las actuaciones y diligencias que la Autoridad Investigadora del Instituto Federal de Telecomunicaciones estime pertinentes, incluyendo la emisión de requerimientos de información, recepción de promociones, diligencias de notificación, acuerdos de desahogo, reiteración, clasificación e integración de información diversa, imposición de medidas de apremio, así como el análisis de la evidencia que se recabe, entre otros.

En consecuencia, se habilitan los siguientes días del año dos mil diecinueve: catorce, quince, dieciséis, veintiuno, veintidós, veintiocho y veintinueve del mes de septiembre; cinco, seis, doce, trece, diecinueve, veinte, veintiséis y veintisiete del mes de octubre; dos tres, nueve, diez, dieciséis, diecisiete, dieciocho, veintitrés, veinticuatro y treinta del mes de noviembre; uno, siete y ocho del mes de diciembre.

Con fundamento en el artículo 96, fracción IV, párrafo primero, de la Ley Federal de Competencia Económica, el periodo de investigación comenzará a contar a partir de la publicación en el DOF del presente extracto del acuerdo de inicio de la investigación de la concentración.

La recepción de promociones correspondientes a esta investigación, únicamente en los días habilitados, tendrá lugar en el domicilio ubicado en Insurgentes Sur 1143, cuarto piso, Colonia Nochebuena, Demarcación Territorial Benito Juárez, código postal 03720, Ciudad de México, en un horario de 09:00 (nueve) a 18:30 (dieciocho treinta) horas, o bien, podrán presentarse promociones el día de su vencimiento, después de concluido el horario señalado, por transmisión electrónica a la dirección oficialiaai@ift.org.mx. En este caso, conforme a lo dispuesto en el artículo 116 de la Ley Federal de Competencia Económica, la promoción original, sus anexos y el acuse de recibo de la transmisión electrónica deberán presentarse al día siguiente en el domicilio señalado en este párrafo o en la Oficialía de Partes del Instituto Federal de Telecomunicaciones, según corresponda a un día hábil o a un día habilitado.

La recepción de promociones correspondientes a esta investigación, en los demás días del periodo de investigación de la concentración, tendrá lugar en la Oficialía de Partes del Instituto Federal de Telecomunicaciones, ubicada en Insurgentes Sur 1143, planta baja, Colonia Nochebuena, Demarcación Territorial Benito Juárez, código postal 03720, Ciudad de México, de lunes a jueves en un horario de 09:00 (nueve) a 18:30 (dieciocho treinta) horas y viernes en un horario de 09:00 (nueve) a 15:00 (quince) horas, pudiendo también en estos casos presentarse promociones el día de su vencimiento, después de concluido el horario señalado, por transmisión electrónica a la dirección oficialai@ift.org.mx, debiendo cumplir los mismos requisitos señalados en el párrafo anterior.

III. Turno. Se turna el presente asunto a la Dirección General de Condiciones de Mercado, adscrita a la Autoridad Investigadora del Instituto Federal de Telecomunicaciones, para sustanciar la investigación de la concentración prevista en el párrafo quinto del Artículo Noveno Transitorio, y conforme a lo dispuesto en el artículo 96 de la Ley Federal de Competencia Económica, mutatis mutandis.

El presente extracto se publica con el objeto de que cualquier persona pueda aportar elementos durante la investigación.

Ciudad de México, a quince de agosto de dos mil diecinueve. - Así lo acordó y firma la Titular de la Autoridad Investigadora del Instituto Federal de Telecomunicaciones, Paulina Martínez Youn.- Rúbrica.

Noveno.- Requerimientos de Información

- (14) Durante la investigación, con fundamento en los artículos 96, fracción IV, segundo párrafo, y 119 de la LFCE, se emitieron diversos requerimientos de información y documentos a los agentes económicos involucrados y a una autoridad del Instituto, mismos que se señalan en la Tabla 1:

Tabla 1. Requerimientos de Información

	Oficio	Destinatario	Fecha de emisión	Desahogo
1	IFT/110/AI/DG-CME/178/2019	Unidad de Competencia Económica	23.09.2019 ⁶	Se tuvo por desahogado en su totalidad el requerimiento de información contenido en el oficio, mediante acuerdo de fecha veintisiete de septiembre dos mil diecinueve. ⁷

⁶ Fojas 40 a 42 del Expediente.

⁷ Fojas 98 y 99 del Expediente.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

Oficio	Destinatario	Fecha de emisión	Desahogo	
2	IFT/110/AI/DG-CME/180/2019	Axtel, S.A.B. de C.V.	26.09.2019 ⁸	Después de diversos acuerdos de reiteración, se tuvo por desahogado en su totalidad el requerimiento de información contenido en el oficio, mediante acuerdo de fecha diez de diciembre de dos mil diecinueve. ⁹
3	IFT/110/AI/DG-CME/181/2019	Grupo Televisa, S.A.B.	26.09.2019 ¹⁰	Después de diversos acuerdos de reiteración, se tuvo por desahogado en su totalidad el requerimiento de información contenido en el oficio, mediante acuerdo de diez de diciembre de dos mil diecinueve. ¹¹
4	IFT/110/AI/DG-CME/183/2019	América Móvil, S.A.B. de C.V.	30.09.2019 ¹²	Después de diversos acuerdos de reiteración, se tuvo por desahogado en su totalidad el requerimiento de información contenido en el oficio, mediante acuerdo de fecha nueve de diciembre de dos mil diecinueve. ¹³
5	IFT/110/AI/DG-CME/184/2019	Megacable Holdings, S.A.B. de C.V.	30.09.2019 ¹⁴	Después de diversos acuerdos de reiteración, se tuvo por desahogado en su totalidad el requerimiento de información contenido en el oficio, mediante acuerdo de fecha diez de diciembre de dos mil diecinueve. ¹⁵
6	IFT/110/AI/DG-CME/185/2019	Total Play Telecomunicaciones, S.A. de C.V.	03.10.2019 ¹⁶	Después de diversos acuerdos de reiteración, se tuvo por desahogado en su totalidad el requerimiento de información contenido en el oficio, mediante acuerdo de fecha diez de diciembre de dos mil diecinueve. ¹⁷
7	IFT/110/AI/DG-CME/186/2019	Multiplex TV, S.A. de C.V.	04.10.2019 ¹⁸	Después de diversos acuerdos de reiteración, se tuvo por desahogado en su totalidad el requerimiento de información contenido en el oficio, mediante acuerdo

⁸ Fojas 61 a 77 del Expediente.

⁹ Fojas 1835 a 1842 del Expediente.

¹⁰ Fojas 78 a 92 del Expediente.

¹¹ Fojas 1843 a 1846 del Expediente.

¹² Fojas 103 a 116 del Expediente.

¹³ Fojas 1817 a 1820 del Expediente.

¹⁴ Fojas 117 a 132 del Expediente.

¹⁵ Fojas 1847 a 1849 del Expediente.

¹⁶ Fojas 160 a 175 del Expediente.

¹⁷ Fojas 1850 y 1851 del Expediente.

¹⁸ Fojas 184 a 195 del Expediente.

	Oficio	Destinatario	Fecha de emisión	Desahogo
				de fecha nueve de diciembre de dos mil diecinueve. ¹⁹
8	IFT/110/AI/DG-CME/187/2019	Sistema CV Siete, S.A. de C.V.	04.10.2019 ²⁰	Después de diversos acuerdos de reiteración, se tuvo por desahogado en su totalidad el requerimiento de información contenido en el oficio, mediante acuerdo de fecha diez de diciembre de dos mil diecinueve. ²¹

Décimo.- Integración de Información

- (15) En el curso de la investigación, de conformidad con las atribuciones previstas en los artículos 123 de la LFCE y 98 de las Disposiciones Regulatorias, la DGCM emitió diversos acuerdos por medio de los cuales ordenó integrar diversa información al presente Expediente. La relación de dichos acuerdos se presenta en la Tabla 2:

Tabla 2. Acuerdos de Integración de Información

Fecha de emisión del acuerdo	Información Integrada
24.09.2019	Información pública disponible en diversas direcciones electrónicas de Internet, relativa a: ²² <ul style="list-style-type: none"> ❖ América Móvil, S.A.B. de C.V. ❖ Grupo Televisa, S.A.B. ❖ Axtel, S.A.B. de C.V. ❖ Sistema CV Siete, S.A. de C.V. ❖ Multiplus TV, S.A. de C.V.
01.10.2019	Información pública disponible en diversas direcciones electrónicas de Internet, relativa a: ²³ <ul style="list-style-type: none"> ❖ Total Play Telecomunicaciones, S.A. de C.V. ❖ Megacable Holdings, S.A.B. de C.V.
29.11.2019	Constancias que integran el expediente AI/DC-001-2018, tramitado ante la DGCM, adscrita a la AI del Instituto. ²⁴
29.11.2019	Constancias que integran el expediente AI/DC-002-2018, tramitado ante la DGCM, adscrita a la AI del Instituto. ²⁵

¹⁹ Fojas 1805 a 1809 del Expediente.

²⁰ Fojas 196 a 207 del Expediente.

²¹ Fojas 1852 y 1853 del Expediente.

²² Fojas 43 a 50 del Expediente.

²³ Fojas 143 a 157 del Expediente.

²⁴ Fojas 1333 a 1342 del Expediente.

²⁵ Fojas 1343 a 1354 del Expediente.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

Fecha de emisión del acuerdo	Información Integrada
02.12.2019	Consonancias que integran el expediente AI/DC-003-2018, tramitado ante la DGCM, adscrita a la AI del Instituto. ²⁶
04.12.2019	<p>Información pública disponible en diversas direcciones electrónicas de internet, relativa a:²⁷</p> <ul style="list-style-type: none">❖ Axtel, S.A.B. de C.V.❖ Banco de Información del Telecomunicaciones del Instituto.❖ Bases de datos de las "Proyecciones de la población de los Municipios del Estado de México, 2015-2030", del Consejo Nacional de Población.❖ "Base de datos con la información de los indicadores de la delimitación de las zonas metropolitanas de México 2015", del Consejo Nacional de Población.❖ La "Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales" realizadas por el Instituto, para los años correspondientes a dos mil quince, dos mil dieciséis, dos mil diecisiete y dos mil dieciocho.❖ "Índices de Precios al Consumidor" del Área Metropolitana de la Ciudad de México; Atlacomulco, Estado de México; Cortázar, Guanajuato; Guadalajara, Jalisco; Izúcar de Matamoros, Puebla; León, Guanajuato; Puebla, Puebla; Querétaro, Querétaro; Tepic, Jalisco y de Toluca, Estado de México bases de datos del INEGI.❖ "Índice de tipo de cambio en pesos por dólar de Estados Unidos de América" en la página del Banco de México.❖ Boletín de prensa titulado "Megacable anuncia compra del negocio del segmento masivo de fibra óptica de Axtel en cinco ciudades".❖ Comunicado de prensa titulado "ALFA anuncia que su subsidiaria Axtel forma acuerdo para la venta de su negocio de Mercado Masivo a Megacable por PS 1,50 Millones."❖ Megacable Holdings, S.A.B. de C.V.❖ Documento titulado "Guía para el análisis de operaciones de concentración", de la Fiscalía Nacional Económica de Chile.❖ Documento titulado "Innovación disruptiva en América Latina y el Caribe: Retos en la aplicación de la ley de competencia y oportunidades para la abogacía", de la OCDE.❖ Documento denominado "Apuntes sobre política de competencia", del Ministerio de Economía de Guatemala.❖ Documento titulado "Participaciones minoritarias y directores comunes entre empresas competidoras", de la Fiscalía Nacional Económica de Chile.
05.12.2019	<p>Traducción al español de información pública disponible en diversas direcciones electrónicas de internet, relativa a:²⁸</p> <ul style="list-style-type: none">❖ Documento denominado "World Television Information Service - Data Sheets".

²⁶ Fojas 1392 a 1394 del Expediente.

²⁷ Fojas 1466 a 1511 del Expediente.

²⁸ Fojas 1521 a 1565 del Expediente.

Fecha de emisión del acuerdo	Información Integrada
	<ul style="list-style-type: none">❖ Documento denominado "BEREC report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition".❖ Documento denominado "Market Definition in the Media Sector - Economic Issues".
10.12.2019	Constancias que integran el expediente AI/DC-002-2019, tramitado ante la DCEM, adscrita a la AI del Instituto. ²⁹

Décimo Primero.- Clasificación de la Información obtenida

- (16) Con fundamento en los artículos 3, fracción IX, 124, párrafo primero y 125 de la LFCE, se clasificaron como confidenciales diversa información y documentos aportados por los agentes económicos al presente procedimiento. En consecuencia, los mismos fueron resguardados con carácter confidencial y por cuerda separada del Expediente en que se actúa, con la indicación del agente económico que la proporcionó.

Décimo Segundo.- Acuerdo de conclusión

- (17) El once de diciembre de dos mil diecinueve, con fundamento en los artículos 96, fracción V, de la LFCE, 67 de las Disposiciones Regulatorias y 62, fracción XXXVIII, del Estatuto Orgánico, la Titular de la AI emitió el acuerdo de conclusión de la Investigación, el cual fue publicado en la lista de notificaciones de la AI en la misma fecha.³⁰

II. Consideraciones de derecho

Primera.- Competencia

- (18) Los artículos 5, primer párrafo, de la LFCE y 7, tercer párrafo, de la LFTyR, establecen que el IFT es la autoridad en materia de competencia económica en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, por lo que en estos ejercerá, en forma exclusiva, las facultades que establecen el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la LFCE para la Comisión Federal de Competencia Económica.
- (19) En ese sentido, en términos de la fracción XX del artículo 15 de la LFTyR, el IFT es la autoridad competente para determinar la existencia de agentes económicos con poder sustancial en los mercados relevantes de los sectores de

²⁹ Fojas 1827 a 1834 del Expediente.

³⁰ Fojas 1854 a 1855 del Expediente.

telecomunicaciones y radiodifusión, con la finalidad de imponer las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia:

Artículo 15. Para el ejercicio de sus atribuciones corresponde al Instituto:

(...)

XX. Determinar la existencia de agentes económicos con poder sustancial en los mercados relevantes que corresponda, así como agentes económicos preponderantes en los sectores de radiodifusión y de telecomunicaciones; e imponer las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia en los mercados materia de esta Ley; (Énfasis añadido).

(20) Por su parte, los artículos 62, fracción IX y 65, fracción III, del Estatuto Orgánico, señalan las facultades de la AI, a través de la DGCM, para la debida tramitación e integración de la investigación de las concentraciones previstas en el párrafo quinto del Artículo Noveno Transitorio.

(21) Por último, el artículo 62, fracción XXIV, del Estatuto Orgánico, establece lo siguiente:

Artículo 62. Para el despacho de los asuntos de su competencia, la Autoridad Investigadora tendrá adscritas a su cargo la Dirección General de Prácticas Monopólicas y Concentraciones Ilícitas, la Dirección General de Condiciones de Mercado, la Dirección General de Análisis Económico y la Dirección General Adjunta de Atención en Procedimientos. Al Titular de la Autoridad Investigadora le corresponden originariamente las atribuciones conferidas a las Direcciones Generales y Dirección General Adjunta previstas en el presente Capítulo del Estatuto Orgánico, así como las siguientes atribuciones:

(...)

XXIV. Elaborar y presentar al Pleno el dictamen que proponga el inicio del procedimiento seguido en forma de juicio en términos del artículo 78 de la Ley de Competencia, así como los dictámenes preliminares previstos en los artículos 94 y 96 de la misma, o, en su caso, el que proponga el cierre del expediente; (Énfasis añadido).

(22) En consecuencia, esta AI es competente para iniciar y tramitar la investigación materia del presente procedimiento, así como para emitir este Dictamen Preliminar.

Segunda.- La concentración como materia del procedimiento

(23) El procedimiento materia de la investigación es el establecido en el quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio, el cual señala lo siguiente:



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

El Instituto Investigará dichas concentraciones en un plazo no mayor a noventa días naturales y en caso de encontrar que existe poder sustancial en el mercado de redes de telecomunicaciones que presten servicios de voz, datos o video o en el de radio y televisión según el sector que corresponda, podrá imponer las medidas necesarias para proteger y fomentar en dicho mercado la libre competencia y concurrencia, de conformidad con lo dispuesto en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la Ley Federal de Competencia Económica sin perjuicio de las concentraciones a que refiere el presente artículo. (Énfasis añadido).

- (24) En ese mismo sentido, el Pleno al resolver el Aviso de Concentración, reconoció que el Artículo Noveno Transitorio establece un régimen de excepción al procedimiento de notificación de concentraciones establecido en la LFCE. Asimismo, en la Resolución de Pleno se plasmó que el párrafo quinto del referido artículo, prevé un procedimiento de investigación de las concentraciones objeto de un aviso, y que dicha investigación se debe tramitar en términos del artículo 96 de la LFCE, tal como se señala a continuación:

Esto es, el Aviso al que se refieren los párrafos primero a cuarto del artículo Noveno Transitorio del Decreto de la LFTR otorga el derecho a los particulares de acogerse a un régimen de excepción, de no requerir la autorización del Pleno del Instituto. Tal derecho está sujeto a que el Instituto verifique si los agentes económicos que son parte en la concentración acreditan o no el cumplimiento de los requisitos específicos establecidos en las mismas disposiciones legales.

(...)

El párrafo quinto del artículo Noveno Transitorio del Decreto de la LFTR se refiere a un procedimiento diverso, que consiste en sustanciar una investigación de las concentraciones objeto de un Aviso sobre las que el Pleno del Instituto haya resuelto previamente en sentido positivo.

Este procedimiento, debe realizarse de conformidad con lo establecido en el artículo 96 de la LFCE y debe determinar si existe poder sustancial en el mercado de redes de telecomunicaciones que presten servicios de voz, datos o video o en el de radio y televisión según el sector que corresponda, en cuyo caso, el Instituto podrá imponer las medidas necesarias para proteger y fomentar la libre competencia y concurrencia, de conformidad con lo dispuesto en la LFTR y la LFCE, sin perjuicio de las concentraciones a que refiere este artículo Noveno Transitorio del Decreto de la LFTR. (Énfasis añadido).

- (25) Ahora bien, del referido quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio se desprende que la presente investigación se realizará respecto de la concentración que fue materia de estudio en términos de los párrafos primero a cuarto de dicho artículo,

pues señala que el Instituto "(...) *investigará dichas concentraciones (...)*". Este alcance es consistente con la *ratio legis* del Artículo Noveno Transitorio, tal y como fue expresada en el Dictamen de las Comisiones Unidas de Comunicaciones y Transportes, Radio, Televisión y Cinematografía, y de Estudios Legislativos, del Senado de la República de la siguiente manera:

Desde luego, el hecho de que se proponga que no se requiera la autorización del Instituto para las concentraciones que cumplan con las condiciones arriba descritas no implica que, con fundamento en el artículo 61 de la Ley Federal de Competencia Económica, el Instituto realice una investigación para determinar si el objetivo de la concentración o su efecto es obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la libre competencia o la competencia económica y, en caso de encontrar que existe poder sustancial en alguno de los mercados que integran el sector, podrá imponer las medidas necesarias para proteger y fomentar en dicho mercado la competencia y libre competencia, de conformidad con el Proyecto de Decreto. De esta forma se permite la consolidación de la industria dentro del sector correspondiente, pero si ya realizada la consolidación pudiera existir un poder sustancial de mercado, el Instituto, en su caso, aplicará las medidas correctivas correspondientes. Con ello se logra el fin deseado de generar competidores más robustos para enfrentarse al preponderante, pero se mantiene la posibilidad de corregir las probables distorsiones en el mercado por el nacimiento de dichos competidores.³¹ (Énfasis añadido).

- (26) En ese sentido, en el Dictamen de la LFTyR, el legislador estimó conveniente que las operaciones en las que se plantee la concentración de agentes económicos en sectores donde exista un agente económico preponderante, deben hacerse del conocimiento del Instituto mediante un aviso por escrito, con los mismos elementos formales que corresponden a una notificación, pero sin sujetar tales concentraciones a una autorización del Instituto.
- (27) Por otro lado, el legislador prevé que aun cuando se proponga que no se requiera la autorización del Instituto para las concentraciones que cumplan con las condiciones establecidas en el Artículo Noveno Transitorio, el Instituto puede realizar una investigación para determinar si el objeto de la concentración o su efecto es obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la libre competencia o la competencia económica y, en caso de encontrar que existe poder sustancial que pueda resultar de la concentración referida en alguno de los mercados que

³¹ Dictamen de las Comisiones Unidas de Comunicaciones y Transportes, de Radio, Televisión y Cinematografía, y de Estudios Legislativos del Senado de la República, con proyecto de Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión; p. 346. Consultable en: http://infosen.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/62/2/2014-07-04-1/assets/documentos/DICTAMEN_MATERIA_TELECOMUNICACIONES.pdf.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- integran el sector, podrá imponer las medidas necesarias para proteger y fomentar en dicho mercado la competencia y libre concurrencia.
- (28) A partir de lo señalado, se concluye que el quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio ordena investigar la existencia de poder sustancial que pueda resultar de las concentraciones realizadas al amparo del multicitado artículo.
- (29) Ahora bien, tomando en cuenta que los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión implican la prestación de servicios en diversos mercados, tales como la telefonía fija, la telefonía móvil, el servicio de acceso a internet, el servicio de televisión y audio restringidos y/o la televisión radiodifundida, entre otros, se considera que las concentraciones efectuadas en términos de lo previsto por el Artículo Noveno Transitorio, deberán ser investigadas por la Autoridad Investigadora de manera particular. Por lo tanto, las investigaciones de las concentraciones previstas en el quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio, deberán limitarse a las circunstancias de cada una de las operaciones o transacciones que sean celebradas, por lo que se tomarán en cuenta el o los mercados relevantes en donde tuvo efectos la concentración.
- (30) Asimismo, la Autoridad Investigadora debe ceñirse al plazo de noventa días naturales establecido por el quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio y no el señalado en el artículo 96, fracción IV, de la LFCE, en virtud de que el procedimiento de investigación de concentraciones previsto en este artículo, trata de un régimen de excepción de notificación de concentraciones para los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, que obedece al propósito establecido por el legislador en la LFTyR. Lo anterior, sin que ello implique que el Instituto deba dejar de observar las disposiciones correspondientes al análisis de determinación de poder sustancial establecido en la LFCE que tengan aplicabilidad en la evaluación de la concentración que nos ocupa, esto es, determinar el mercado relevante en los términos previstos por el artículo 58 de la LFCE, así como determinar la posible existencia del poder sustancial bajo los parámetros señalados por el diverso 59 de la LFCE, conforme lo dispuesto en el artículo 96 de la LFCE.
- (31) En ese orden de ideas se considera que, a efecto de que la Autoridad Investigadora determine la posible existencia de poder sustancial derivado de las concentraciones referidas en el Artículo Noveno Transitorio, deberá estarse a lo previsto en la LFCE y en las Disposiciones Regulatorias, lo cual implica que dicha autoridad tendrá, entre otros, que definir el o los mercados relevantes, identificar los servicios de telecomunicaciones o radiodifusión comercializados u ofrecidos y aquellos que los sustituyan o puedan sustituirlos oportunamente. Asimismo, deberá delimitar el área geográfica en la que se ofrecen o demandan dichos o servicios, y si en la misma existe la opción de acudir indistintamente a los proveedores o clientes sin incurrir en costos significativos.

- (32) Ahora bien, el primer párrafo del artículo 279 de la LFTyR establece que *"El Instituto está facultado para determinar la existencia de agentes con poder sustancial en cualquier mercado relevante de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, en términos de esta Ley y la Ley Federal de Competencia Económica."* En ese mismo sentido, el artículo 280 de la LFTyR establece lo siguiente:

Artículo 280. El Instituto declarará si un agente económico tiene poder sustancial en algún mercado relevante de los sectores de radiodifusión o telecomunicaciones, de acuerdo con el procedimiento establecido en la Ley Federal de Competencia Económica, así como las disposiciones sustantivas previstas en dicha ley y en la presente Ley. (Énfasis añadido).

- (33) Con relación a dichas disposiciones, el primer párrafo del artículo 96 de la LFCE señala lo siguiente:

Artículo 96. Cuando las disposiciones legales o reglamentarias prevengan expresamente que deba resolverse u opinar sobre cuestiones de competencia efectiva, existencia de poder sustancial en el mercado relevante u otros términos análogos, o cuando así lo determine el Ejecutivo Federal mediante acuerdos o decretos, la Comisión emitirá de oficio, a solicitud del Ejecutivo Federal, por sí o por conducto de la Secretaría, a solicitud de la dependencia coordinadora del sector correspondiente o a petición de parte afectada la resolución u opinión que corresponda, para lo cual se estará al siguiente procedimiento:

(...) (Énfasis añadido).

- (34) A partir de lo señalado en esta sección se concluye que el quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio ordena investigar la existencia de poder sustancial que pueda resultar de las concentraciones realizadas en términos del mencionado artículo. Dicha investigación tendrá como objeto determinar la existencia de poder sustancial en el o los mercado(s) relevante(s). Consecuentemente, el procedimiento debe desahogarse conforme a lo establecido en el artículo 96 de la LFCE.

Tercera.- Procedencia y oportunidad del Dictamen Preliminar

- (35) Como quedó señalado en los Antecedentes de este Dictamen Preliminar, mediante la Resolución del Pleno se tuvieron por cumplidos los requisitos establecidos en los incisos a. a d. del párrafo primero del Artículo Noveno Transitorio. Posteriormente y con fundamento en los artículos 96, fracción III, de la LFCE y 62, fracción IX, del Estatuto Orgánico, esta AI inició el procedimiento establecido en el artículo 96 de la LFCE. Una vez realizadas las diligencias correspondientes, la investigación se tuvo por concluida mediante el acuerdo de conclusión señalado en el numeral Décimo Segundo del apartado de Antecedentes del Dictamen, En

consecuencia, en términos del artículo 96, fracción V, de la LFCE y 62, fracción XXIV, del Estatuto Orgánico, es procedente y oportuno emitir el presente Dictamen Preliminar.

- (36) Cabe mencionar que, conforme a la fracción V del artículo 96 de la LFCE, si de la investigación se desprende que existen elementos para determinar la existencia de poder sustancial, se debe emitir un dictamen preliminar que así lo establezca, sus datos relevantes deberán ser publicados en el DOF y un extracto en los medios de difusión del IFT. De lo contrario y conforme al artículo 120, fracción II, de las Disposiciones Regulatorias, se deberá elaborar un dictamen que proponga el cierre del expediente. En dicho supuesto y en caso de que, con base en las constancias que obren en el expediente de investigación, el Pleno considere que existen elementos objetivos para emitir un dictamen preliminar, la Autoridad Investigadora deberá presentar uno nuevo dentro del plazo no mayor a sesenta días hábiles.

Cuarta.- Determinación del mercado relevante

- (37) El artículo 96 de la LFCE establece el procedimiento para determinar si uno o más agentes económicos tienen poder sustancial en un mercado relevante. Aunque la LFCE no define dicho término, la jurisprudencia del Poder Judicial de la Federación ha señalado que se trata de un marco de referencia que "(...)se compone de todos los productos que son razonablemente intercambiables o sustituibles (...). En forma más simple, el "mercado relevante" es el espacio geográfico en el que se ofrecen o demandan productos o servicios similares, lo que le otorga una doble dimensión: De productos o servicios y geográfica o territorial".³²
- (38) En ese contexto, el artículo 58 de la LFCE establece los criterios para definir el mercado relevante, de la siguiente manera:

Artículo 58. Para la determinación del mercado relevante, deberán considerarse los siguientes criterios:

- I. Las posibilidades de sustituir el bien o servicio de que se trate por otros, tanto de origen nacional como extranjero, considerando las posibilidades tecnológicas, en qué medida los consumidores cuentan con sustitutos y el tiempo requerido para tal sustitución;*
- II. Los costos de distribución del bien mismo; de sus insumos relevantes; de sus complementos y de sustitutos desde otras regiones y del extranjero, teniendo en cuenta fletes, seguros, aranceles y restricciones no arancelarias, las restricciones impuestas por los agentes económicos o*

³² Tesis de jurisprudencia I.4o.A. J/75, emitida por el Cuarto Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito, localizable bajo en la página 2225, del Tomo XXVIII de octubre de 2008, Novena Época del Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

por sus asociaciones y el tiempo requerido para abastecer el mercado desde esas regiones;

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

IV. Las restricciones normativas de carácter federal, local o internacional que limiten el acceso de usuarios o consumidores a fuentes de abasto alternativas, o el acceso de los proveedores a clientes alternativos;

V. Los demás que se establezcan en las Disposiciones Regulatorias, así como los criterios técnicos que para tal efecto emita (el Instituto). (Énfasis añadido).

(39) Ahora bien, además de lo establecido en el artículo 58 de la LFCE, para definir el (los) mercado(s) relevante(s) del presente procedimiento, esta autoridad debe tomar en cuenta la concentración que le dio origen y el mandato del Artículo Noveno Transitorio. La concentración que dio origen a este procedimiento y los servicios en ella involucrados se analizan en la consideración Sexta de este apartado.

(40) En cuanto al mandato del Artículo Noveno Transitorio se debe precisar que, a pesar de que dicho artículo señala que se investigará la existencia (o inexistencia) de poder sustancial en "(...)el mercado de redes de telecomunicaciones que presten servicios de voz, datos o video o en el de radio y televisión, según el sector que corresponda", esta disposición no define el mercado relevante sino únicamente el mercado investigado.

(41) El mercado investigado es un concepto genérico que indica el mercado en el que se desarrollará la investigación. En contraste, el mercado relevante es un concepto técnico y específico, el cual se determina una vez concluida la misma, con base en el análisis establecido por la normatividad de competencia. Sirve de apoyo a lo anterior la siguiente tesis:

MERCADO RELEVANTE. EN TÉRMINOS DEL ARTÍCULO 33 BIS DE LA LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, DEBE DEFINIRSE EN LA RESOLUCIÓN DEFINITIVA (LEGISLACIÓN VIGENTE HASTA EL 6 DE JULIO DE 2014).

El precepto citado establece un procedimiento que tiene una fase de investigación, iniciada de oficio o a petición de parte afectada, en la que la autoridad emite un acuerdo de inicio, cuyo extracto se publica en el Diario Oficial de la Federación, el cual deberá contener el mercado materia de la declaratoria, con el objeto de que cualquier persona coadyuve en el desarrollo de la investigación correspondiente (fracción III); una vez concluida, si se obtienen elementos para determinar la existencia de poder sustancial, procede la emisión de un dictamen preliminar (fracción V); con el



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

que inicia una segunda fase, en la que intervienen agentes económicos con interés para manifestar y demostrar lo que a su derecho convenga (fracción VI); hecho lo anterior, la autoridad deberá emitir la resolución correspondiente (fracción VII); momento en el que se define el mercado relevante y, en su caso, la existencia de poder sustancial. Consecuentemente, el mercado materia de la declaratoria a que se refiere la fracción III del artículo citado y que se indica en el acuerdo de inicio, debe entenderse bajo un concepto genérico de mercado en el que se desarrolla la investigación y, con base en el que, al emitir la resolución definitiva, se delimitará el mercado relevante, que es un concepto técnico y específico disímil del concepto de mercado genérico.³³ (Énfasis añadido).

- (42) En ese sentido, la determinación de un mercado relevante no puede obedecer a la definición formal de una actividad, bien o servicio, sino que se realiza tomando en cuenta las condiciones reales en las que los bienes o servicios concurren y se intercambian en el mercado, tal y como se señala en la siguiente tesis de jurisprudencia:

TELECOMUNICACIONES. LA DIFERENCIA ENTRE LOS SERVICIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN ABIERTOS CON LOS DE AUDIO Y VIDEO CERRADOS O RESTRINGIDOS, NO VIOLA EL ARTÍCULO 28 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.

El hecho de que en las reformas en materia de telecomunicaciones efectuadas mediante el Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones y de la Ley Federal de Radio y Televisión, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de abril de 2006, se hayan mantenido diferenciados los marcos regulatorios de los servicios de radiodifusión, que comprenden a la radio y televisión abiertas (objeto de regulación por la Ley Federal de Radio y Televisión), de los demás servicios de telecomunicaciones, entre ellos los de radio y televisión cerrados o restringidos (regulados en la diversa Ley Federal de Telecomunicaciones), independientemente de que con ello se colmen o no los fines perseguidos dentro del marco de convergencia tecnológica en el cual se desarrollan tanto la industria de las telecomunicaciones como la de la radiodifusión, no viola el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Ello es así, porque dicho Decreto de reformas no representa un obstáculo para la libre concurrencia en la materia de telecomunicaciones, ni impide la determinación de lo que pudiera considerarse mercado relevante por parte de la Comisión Federal de Competencia y el ejercicio de sus facultades de vigilancia, prevención y represión de prácticas monopólicas, pues los artículos 11, 12 y 13 de la Ley

³³ Tesis aislada I.2o.A.E.5 A (10a.) emitida por el Segundo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones, con residencia en el Distrito Federal y jurisdicción en toda la República Mexicana, localizable en la página 1176, Libro 8, Julio de 2014, Tomo II, Décima Época del Semanario Judicial de la Federación.

Federal de Competencia Económica y 9 a 12 de su Reglamento establecen los supuestos y mecanismos a través de los cuales dicha Comisión habrá de determinar el mercado relevante, así como las condiciones que ha de cubrir un agente económico para considerar que tiene poder sustancial en dicho mercado, es decir, delimitan la fijación de los elementos esenciales para identificar la ilicitud de las prácticas anticompetitivas, advirtiéndose que la determinación de lo que constituye un mercado relevante dentro del cual uno o varios agentes económicos pueden tener poder sustancial, conlleva un análisis eminentemente técnico y económico que si bien está acotado jurídicamente, no obedece ni se realiza a partir de la mera definición formal de una actividad, de un bien o de un servicio, sino que toma en cuenta las condiciones reales en las que los bienes y servicios concurren y se intercambian en el mercado.³⁴ (Énfasis añadido).

- (43) En consecuencia, el(los) mercado(s) relevante(s) que se determina(n) en el Dictamen Preliminar corresponde(n) al análisis realizado conforme al artículo 58 de la LFCE, a partir de la evidencia e información obtenidas durante la investigación prevista en el artículo 96 de la LFCE, y conforme al mandato establecido en el Artículo Noveno Transitorio,

Quinta.- Criterios de Grupo de Interés Económico

- (44) El artículo 3, fracción I, de la LFCE establece la siguiente definición de agente económico:

Artículo 3. Para los efectos de esta Ley, se entiende por:

I. Agente Económico: Toda persona física o moral, con o sin fines de lucro, dependencias y entidades de la administración pública federal, estatal o municipal, asociaciones, cámaras empresariales, agrupaciones de profesionistas, fideicomisos, o cualquier otra forma de participación en la actividad económica;

(...) (Énfasis añadido).

- (45) Ahora bien, la LFCE reconoce que ciertos vínculos entre los agentes económicos, que implican una relación de control o influencia decisiva entre ellos, pueden eliminar los incentivos para competir. Al respecto, el artículo 61 de la LFCE establece que se entiende por concentración "(...) *la fusión, adquisición del control o cualquier acto por virtud del cual se unan sociedades, asociaciones, acciones, partes sociales, fideicomisos o activos en general (...)*". El artículo 87, fracción II, de dicha ley establece que la autorización para realizar una concentración deberá obtenerse antes de que se adquiriera el control, de hecho o de derecho sobre otro

³⁴ Tesis de Jurisprudencia P./J. 61/2007 emitida por el Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, localizable en la página 1098, Tomo XXVI, Diciembre de 2007 del Semanario Judicial de la Federación,

agente económico, o se adquirieran de hecho o de derecho "(...) *activos, participación en fideicomisos, partes sociales o acciones de otro Agente Económico*".

(46) En ese mismo sentido, el artículo 89, fracciones VII y VIII, de la LFCE dispone que la notificación de una concentración debe contener, entre otros:

- La descripción de la estructura del capital social de los agentes económicos involucrados en la concentración, identificando la participación de cada socio o accionista directo e indirecto, antes y después de la concentración, **y de las personas que tienen y tendrán el control, y**
- La mención de los "*agentes económicos involucrados en la transacción que tengan directa o indirectamente participación en el capital social, en la administración o en cualquier actividad de otros agentes económicos*" que produzcan o comercialicen bienes o servicios iguales, similares o sustancialmente relacionados con los bienes o servicios de los agentes económicos participantes en la concentración.

(47) Adicionalmente, el artículo 92, párrafo segundo, fracciones II y III, de la LFCE establece diversas condiciones en las que será notorio que una concentración no afectará las condiciones de competencia económica, entre las cuales se incluye la ausencia de cambios en el control sobre un agente económico:

Artículo 92. (...)

Se considerará que es notorio que una concentración no tendrá por objeto o efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y la competencia económica, cuando el adquirente no participe en mercados relacionados con el mercado relevante en el que ocurra la concentración, ni sea competidor actual o potencial del adquirido y, además, concurra cualquiera de las circunstancias siguientes:

(...)

- II. *Antes de la operación, el adquirente no tenga el control del Agente Económico adquirido y, con la transacción, aquél incremente su participación relativa en éste, sin que ello le otorgue mayor poder para influir en la operación, administración, estrategia y principales políticas de la sociedad, incluyendo la designación de miembros del consejo de administración, directivos o gerentes del propio adquirido;*
- III. *El adquirente de acciones, partes sociales o unidades de participación tenga el control de una sociedad e incremente su participación relativa en el capital social de dicha sociedad, o (...)*

(48) En concordancia con lo anterior, el artículo 93, fracciones I, II, V y VI, de la LFCE dispone que no será necesaria la autorización de concentraciones, conforme al artículo 86 del mismo ordenamiento, en los casos siguientes:

Artículo 93. No se requerirá la autorización de concentraciones a que se refiere el artículo 86 de esta Ley en los casos siguientes:

I. Cuando la transacción implique una reestructuración corporativa, en la cual los Agentes Económicos pertenezcan al mismo grupo de interés económico y ningún tercero participe en la concentración;

II. Cuando el titular de acciones, partes sociales o unidades de participación incremente su participación relativa en el capital social de una sociedad en la que tenga el control de la misma desde su constitución o inicio de operaciones, o bien, cuando el Pleno haya autorizado la adquisición de dicho control y posteriormente incremente su participación relativa en el capital social de la referida sociedad;

(...)

V. Cuando el adquirente sea una sociedad de inversión de renta variable y la operación tenga por objeto la adquisición de acciones, obligaciones, valores, títulos o documentos con recursos provenientes de la colocación de las acciones representativas del capital social de la sociedad de inversión entre el público inversionista, salvo que como resultado o con motivo de las operaciones la sociedad de inversión pueda tener una influencia significativa en las decisiones del Agente Económico concentrado;

VI. En la adquisición de acciones, valores, títulos o documentos representativos del capital social de sociedades o bien cuyo subyacente sean acciones representativas del capital social de personas morales, y que coticen en bolsas de valores en México o en el extranjero, cuando el acto o sucesión de actos no le permitan al comprador ser titular del diez por ciento o más de dichas acciones, obligaciones convertibles en acciones, valores, títulos o documentos y, además, el adquirente no tenga facultades para:

a) Designar o revocar miembros del consejo de administración, directivos o gerentes de la sociedad emisora;

b) Imponer, directa o indirectamente, decisiones en las asambleas generales de accionistas, de socios u órganos equivalentes;

c) *Mantener la titularidad de derechos que permitan, directa o indirectamente, ejercer el voto respecto del diez por ciento o más del capital social de una persona moral, o*

d) *Dirigir o influenciar directa o indirectamente la administración, operación, la estrategia o las principales políticas de una persona moral, ya sea a través de la propiedad de valores, por contrato o de cualquier otra forma;*

(...)

(49) En las citadas disposiciones se advierte que la LFCE reconoce que un agente económico puede encontrarse vinculado a otro, e incluso controlarlo, en virtud de diversas circunstancias, tales como la participación en el capital social, la posibilidad de designar miembros de los órganos de administración o dirección, o la influencia que pueda tener en sus decisiones, entre otras. Como se mencionó en párrafos precedentes, dichos vínculos eliminan los incentivos para competir en un mercado, puesto que su comportamiento obedecerá a los intereses del controlador y, en este sentido, se comportarán como una sola entidad.

(50) Al respecto, el Poder Judicial de la Federación ha emitido diversos criterios que reconocen la existencia de los Grupos de Interés Económico y proporcionan elementos a considerar en su identificación y conformación. Así, en la sentencia dictada el veinticuatro de octubre de dos mil siete en el amparo en revisión 169/2007, la Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación señaló lo siguiente, en particular, respecto al control de iure que se puede ejercer sobre una persona moral:

Es factible hablar de un grupo económico cuando un conjunto de personas físicas o morales, entidades o dependencias, entre otras, tiene intereses comerciales y financieros afines y coordinan sus actividades para lograr el objetivo común, o bien, se unen para la realización de un fin determinado, en aras de obtener dichos intereses comerciales y financieros comunes.

(...)

Para considerar que existe un grupo económico y que puede tener el carácter de agente económico para efectos de la Ley Federal de Competencia Económica, se debe analizar si una persona, directa o indirectamente, coordina las actividades del grupo para operar en los mercados y, además, puede ejercer una influencia decisiva o control sobre la otra, ya sea de iure o de facto.

El control de iure puede darse de diversas formas, entre otras cuando:

a) *Una persona adquiere la mayoría de las acciones de una empresa;*

- b) Existe la facultad de dirigir o administrar a otra en virtud de un contrato, convenios de abastecimiento de largo plazo, el otorgamiento de créditos o cuando una parte importante de los ingresos de una empresa dependan de la venta de los productos de otra;
- c) Se tiene la capacidad o derecho de designar la mayoría de los miembros del consejo de administración u órgano equivalente de otra;
- d) Existe la capacidad o el derecho de designar director, gerente o factor principal de la otra; o
- e) Tenga vínculos por parentesco consanguíneo o afinidad en una o diversas personas morales.

Por otro lado, el análisis de control de facto debe atender no sólo al nivel de participación accionaria cuando ningún socio tiene mayoría absoluta, sino también a la posibilidad de que un socio minoritario pueda obtener mayoría en las asambleas dado el nivel de asistencia; la posición de los otros accionistas (dispersión, vínculos de tipo estructural, económico o familiar con el accionista principal); y el interés financiero. (Énfasis añadido).

(51)

Asimismo, los elementos referentes al control de iure, intereses afines y coordinación de actividades, se han confirmado en diversas tesis de jurisprudencia que definen el concepto de Grupo de Interés Económico para el análisis en materia de competencia económica:

GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO. SU CONCEPTO Y ELEMENTOS QUE LO INTEGRAN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA. En materia de competencia económica se está ante un grupo de interés económico cuando un conjunto de personas físicas o morales tienen intereses comerciales y financieros afines, y coordinan sus actividades para lograr un determinado objetivo común. Así, aunado a los elementos de interés -comercial y financiero- y de coordinación de actividades, concurren otros como son el control, la autonomía y la unidad de comportamiento en el mercado. En esa tesitura, el control puede ser real si se refiere a la conducción efectiva de una empresa controladora hacia sus subsidiarias, o bien, latente cuando sea potencial la posibilidad de efectuarlo por medio de medidas persuasivas que pueden darse entre las empresas aun cuando no exista vínculo jurídico centralizado y jerarquizado, pero sí un poder real. Bajo esta modalidad -poder latente- es que la autonomía jurídica de las sociedades carece de contenido material, imponiéndose los intereses del grupo o de la entidad económica, entendida como organización unitaria de elementos personales, materiales e inmateriales que persigue de manera duradera un fin económico determinado acorde a los intereses de las sociedades integrantes, es decir, a pesar de la personalidad jurídica propia de cada una de las empresas, éstas se comportan funcionalmente como una sola en el mercado, lo que implica la pérdida de la libertad individual



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

de actuación. Por lo tanto, para considerar que existe un grupo económico y que puede tener el carácter de agente económico, para efectos de la Ley Federal de Competencia Económica, se debe analizar si una persona, directa o indirectamente, coordina las actividades del grupo para operar en los mercados y, además, puede ejercer una influencia decisiva o control sobre la otra, en los términos anotados, sin que sea necesario que se den de manera concomitante.³⁵ (Énfasis añadido).

PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN DE PRÁCTICAS MONOPÓLICAS. CUANDO LAS CONDUCTAS ATRIBUIDAS A UNA EMPRESA FUERON DESPLEGADAS POR EL GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO AL QUE PERTENECE, LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA DEBE VINCULAR TANTO AL AGENTE INVESTIGADO COMO A LA INTEGRACIÓN VERTICAL DE OPERACIÓN DEL ALUDIDO GRUPO. En los grupos de Interés económico es esencial que haya un órgano de coordinación entre sus integrantes, sin cuya existencia no cabría hablar de una asociación de empresas. Por tanto, a partir de los vínculos de tipo comercial, organizativo, económico, jurídico, relativos al control, autonomía y unidad de comportamiento en el mercado entre las sociedades que puedan existir, es factible demostrar la influencia de una de las empresas sobre la estrategia de las otras, y justificar que se conciben como una sola unidad económica. Esta circunstancia origina que en la práctica sean muy diversos los procedimientos que pueden utilizar las empresas para ponerse de acuerdo o coordinarse con vistas a restringir la competencia, pudiendo además, en ciertos casos, ser difícil establecer con precisión cómo se ha llegado a un acuerdo o a un comportamiento anticompetitivo concertado, dado el cuidado que los interesados pondrán en ocultar un acuerdo o decisión formal. En esa tesitura, la Comisión Federal de Competencia en el procedimiento de investigación de prácticas monopólicas, cuando las conductas atribuidas a una empresa fueron desplegadas por el grupo de Interés económico al que pertenece, debe vincular tanto al agente investigado como a la integración vertical de operación del aludido grupo, por ser la actividad económica de éste la que se juzga en su conjunto.³⁶ (Énfasis añadido)

TÉCNICA DEL "LEVANTAMIENTO DEL VELO DE LA PERSONA JURÍDICA O VELO CORPORATIVO", SU SUSTENTO DOCTRINAL Y LA JUSTIFICACIÓN DE SU APLICACIÓN EN EL PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN DE PRÁCTICAS MONOPÓLICAS. En la práctica las condiciones preferenciales o privilegios de que disfrutaban las personas morales no sólo han sido usados para los efectos y fines lícitos que persiguen, sino que, en algunas ocasiones, indebidamente

³⁵ Tesis de Jurisprudencia por reiteración I.4º. A. J/66, con número de registro 168470, emitida por el Cuarto Tribunal Colegido del Primer Circuito, localizable en el Semanario Judicial de la Federación, 9º Época, Tomo XXVIII, página 1,244, noviembre 2008.

³⁶ Tesis de Jurisprudencia por reiteración I.4º. A. J/67, con número de registro 168587, emitida por el Cuarto Tribunal Colegido del Primer Circuito, localizable en el Semanario Judicial de la Federación, 9º Época, Tomo XXVIII, página 2,286, octubre 2008.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

han sido aprovechados para realizar conductas abusivas de los derechos o constitutivas de fraude o de simulación ante la ley, con distintas implicaciones que denotan un aprovechamiento indebido de la personalidad de los entes morales, generando afectación a los derechos de los acreedores, de terceros, del erario público o de la sociedad. De ahí que ese aspecto negativo de la actuación de algunas personas morales justifica la necesidad de implementar medios o instrumentos lícitos que permitan conocer realmente si el origen y fin de los actos que aquéllas realicen son lícitos, para evitar el abuso de los privilegios tuitivos de que gozan. Luego, con el uso de dichos instrumentos se pretende, al margen de la forma externa de la persona jurídica, penetrar en su interior para apreciar los intereses reales y efectos económicos o negocio subyacente que existan o latan en su seno, con el objetivo de poner un coto a los fraudes y abusos que, por medio de esos privilegios, la persona jurídica pueda cometer, en términos de los artículos 2180, 2181 y 2182 del Código Civil Federal. Para ese efecto, podrá hacerse una separación absoluta entre la persona social y cada uno de los socios, así como de sus respectivos patrimonios, y analizar sus aspectos personal, de fines, estrategias, incentivos, resultados y actividad, para buscar una identidad sustancial entre ellos con determinado propósito común, y ver si es factible establecer la existencia de un patrón de conducta específico tras la apariencia de una diversidad de personalidades jurídicas. Esto es lo que sustenta doctrinalmente a la técnica del "levantamiento del velo de la persona jurídica o velo corporativo". Por consiguiente, la justificación para aplicar dicha técnica al apreciar los hechos y determinar si son constitutivos de prácticas monopólicas conforme al artículo 10 de la Ley Federal de Competencia Económica, en el procedimiento de investigación relativo, es conocer la realidad económica que subyace atrás de las formas o apariencias jurídico-formales.³⁷

COMPETENCIA ECONÓMICA. CORRESPONDE A LA EMPRESA SANCIONADA DEMOSTRAR QUE NO FORMA PARTE DEL GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO AL QUE SE ATRIBUYE LA INSTRUMENTACIÓN Y COORDINACIÓN DE LAS CONDUCTAS CONSIDERADAS PRÁCTICAS MONOPÓLICAS. Cuando con motivo de una relación vertical entre empresas de un grupo de interés económico la Comisión Federal de Competencia presume que una de ellas ejerce influencia sobre las otras, lo que le permite instrumentar y coordinar la realización de conductas consideradas prácticas monopólicas, y ante dicha circunstancia el citado órgano sanciona a un agente económico en lo individual, corresponde a éste demostrar que no es integrante de la unidad

³⁷ Tesis de jurisprudencia 1.4o.A. J/70, con número de registro 168410, emitida por el Cuarto Tribunal Colegido del Primer Circuito, localizable en el Semanario Judicial de la Federación, 9ª Época, Tomo XXVIII, página 1,271, noviembre 2008.

*económica, lo cual requerirá acreditar que determina su política comercial de forma autónoma e independiente.*³⁸ (Énfasis añadido).

(52) Así, se advierte la existencia de un Grupo de Interés Económico cuando se vincula a un conjunto de personas, físicas o morales, que actualizan los supuestos siguientes:

- Ejercen influencia decisiva o control de una(s) sobre otra(s);
- Existen intereses comerciales y/o financieros afines, y
- Coordinan sus actividades para lograr un objetivo común o un fin determinado, lo que da lugar a que se comporten como una sola unidad económica.

(53) Por lo anteriormente expuesto, y para los efectos del presente procedimiento, se considera que existe un Grupo de Interés Económico cuando se actualiza cualquiera de los siguientes criterios, o una combinación de los mismos:

- a) Una persona, directa o indirectamente, es tenedora o titular de acciones o partes sociales con derecho pleno a voto, que representen más del cincuenta por ciento (50%) del capital social de otra;
- b) Una persona, directa o indirectamente, es tenedora o titular de acciones o partes sociales con derecho pleno a voto, de otra, cuyo valor representa el mayor porcentaje del capital social de esta, respecto a los demás accionistas;
- c) Una persona, directa o indirectamente, tenga la facultad de dirigir o administrar a otra en virtud de las facultades que le otorga su posición dentro de los órganos de dirección y/o administración de esta;
- d) Una persona, directa o indirectamente, tenga la facultad de dirigir o administrar a otra en virtud de un contrato, convenios de abastecimiento de largo plazo, el otorgamiento de créditos, o cuando una parte importante de los ingresos de una empresa dependan de la venta de los productos o servicios de otra;
- a) Una persona, directa o indirectamente, tenga la capacidad o derecho de designar a la mayoría de los miembros del consejo de administración u órgano equivalente de otra;
- b) Una persona, directa o indirectamente, tenga la capacidad o el derecho de designar al director, gerente o factor principal de otra;

³⁸ Tesis de jurisprudencia I.4o.A. J/69, con número de registro 168497, emitida por el Cuarto Tribunal Colegido del Primer Circuito, localizable en el Semanario Judicial de la Federación, 9ª Época, Tomo XXVIII, página 1,227, noviembre 2008.

- c) Una persona, su cónyuge y las vinculadas a estas, por razones de parentesco consanguíneo, civil o por afinidad hasta el cuarto grado, tengan participación en una o diversas personas morales y puedan ejercer su control conforme a los criterios señalados en los incisos a), b) o c);
- d) Cuando las partes expresamente así lo reconozcan, y
- e) Cuando las actividades económicas de una o varias sociedades se realizan principalmente con la sociedad controladora o con las personas morales controladas, directa o indirectamente, por la o las personas físicas que ejercen dicho control.

(54) A partir de la información obtenida durante la investigación, se identificaron diversos agentes económicos que ofrecen el STAR, el STF y el SBAF servicios objeto de la Operación, bajo la figura de Grupo de Interés Económico. Estos agentes económicos son:

- GIE 1 - Megacable,
- GIE 2 - GTV,
- GIE 3 - Dish, y
- GIE 4 - Grupo Salinas.

(55) El análisis de los elementos que se consideraron para la integración de cada uno de los Grupos de Interés Económico señalados, se detalla en los Anexos I a IV del Dictamen Preliminar.

(56) Por otro lado, se identificaron diversos agentes económicos que proveen uno o varios de los servicios involucrados en la Operación pero que, para efectos de esta investigación, no forman parte de un Grupo de Interés Económico, entre ellos: Telmex,³⁹ Star Group y Twister.

Sexta.- Concentración que dio origen al procedimiento

(57) Conforme a lo anteriormente señalado, esta investigación derivó del Aviso de Concentración presentado conforme al Artículo Noveno Transitorio. A continuación, se describe la Operación con base en la Resolución del Pleno, el Aviso de Concentración y la información y/o documentación allegada al Expediente en ejercicio de las facultades de investigación de esta autoridad.

³⁹ Si bien, Telmex forma parte del GIE del AEP en el sector telecomunicaciones (comúnmente denominado AMX), de las constancias que obran en el expediente se advierte que Telmex es la única sociedad de AMX que provee el STF y el SBAF a usuarios finales (2 -dos- de los servicios en los que coinciden las partes de la Operación que se analiza más adelante) en los 16 (dieciséis) municipios materia de la concentración. Por lo tanto, para efectos del presente dictamen, Telmex participa directamente en los mercados relevantes de la Operación.

A. Partes Involucradas en la Operación

Vendedor

- (58) **Axtel, S.A.B. de C.V.** es una sociedad anónima bursátil de capital variable constituida conforme a las leyes mexicanas, cuya estructura accionaria no se modificó en virtud de la Operación.⁴⁰ Axtel se encuentra habilitada para prestar diversos servicios de telecomunicaciones a nivel nacional, entre otros, el STAR, el STF y el SBAF.

Compradores

- (59) **Telefonía por Cable, S.A. de C.V.** es una sociedad anónima de capital variable constituida conforme a las leyes mexicanas, subsidiaria de Mega Cable, quien a su vez pertenece a Megacable Holdings,⁴¹ cuya estructura accionaria no se modificó en virtud de la Operación.⁴² Telefonía por Cable tiene como objeto social la instalación, operación, explotación, construcción, mantenimiento y prestación de todo tipo de servicios de telecomunicaciones, así como el uso, aprovechamiento y explotación de bandas de frecuencia del espectro radioeléctrico para uso determinado, entre otras actividades.⁴³
- (60) **Mega Cable, S.A. de C.V.** es una sociedad anónima de capital variable constituida conforme a las leyes mexicanas, subsidiaria de Megacable Holdings, cuya estructura accionaria no se modificó en virtud de la Operación.⁴⁴ Mega Cable tiene como objeto social instalar, operar o explotar redes públicas de telecomunicaciones; la prestación de servicios de telecomunicaciones inherentes a las mismas; así como usar, aprovechar o explotar bandas de radiofrecuencia.⁴⁵

B. Descripción de la Operación

- (61) La Operación consistió en la adquisición por parte de Telefonía por Cable y Mega Cable, empresas pertenecientes a Megacable Holdings, de los activos necesarios para la prestación del STAR, el SBAF y el STF con tecnología de "*fibra óptica directa al hogar*", así como parte de la cartera de clientes de Axtel, que corresponde al

⁴⁰ Nacional Financiera, SNC, Institución de Banca de Desarrollo, como fiduciario del Fideicomiso 80471 (Fideicomiso Nafin) posee el 98.5502% del total de acciones en circulación de Axtel, mientras que el Banco Invex, S.A. Institución de Banca Múltiple, como fiduciario del Fideicomiso 2673 (Fideicomiso Invex), posee el 1.4276%. A su vez, la sociedad Alfa, detenta una participación del 52.78% en el Fideicomiso Nafin, lo que lo hace el accionista con mayor participación en el capital social y, por lo tanto, quien controla a Axtel. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 2381 a 2383 y 2512 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴¹ Mega Cable es titular del 99.99% del capital social de Telefonía por Cable, mientras que Megacable Holdings, posee el mismo porcentaje del capital social Mega Cable. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 2928 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴² Fojas 261 del Expediente.

⁴³ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 1383 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁴ Fojas 261 del Expediente.

⁴⁵ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 1383 del Expediente AI/DC-002-2019.

"segmento masivo",⁴⁶ en 16 (dieciséis) municipios de 5 (cinco) entidades federativas de la República Mexicana.⁴⁷ Los actos jurídicos mediante los cuales se llevó a cabo la Operación surtieron efectos el uno de mayo de dos mil diecinueve.

- (62) La cartera de clientes adquirida por Megacable como resultado de la Operación, se localizaba en los siguientes municipios:

Tabla 3. Municipios materia de la Operación.

No. de municipios ^{1a}	Municipios	Estado
3	(1) Guadalajara, (2) San Pedro Tlaquepaque y (3) Tonalá.	Jalisco
1	(1) León.	Guanajuato
4	(1) Puebla, (2) San Andrés Cholula, (3) San Pedro Cholula y (4) Cuautlaningo.	Puebla
3	(1) Querétaro, (2) Corregidora y (3) El Marqués.	Querétaro
5	(1) Toluca, (2) Metepec, (3) Lerma, (4) San Mateo Atenco y (5) Zihacantepec.	Estado de México
16	Total	

Nota:

^{1a} Los municipios materia de la Operación señalados en la presente tabla difieren de los establecidos en la Resolución de Pleno, toda vez que durante la investigación Axtel y Megacable informaron que los municipios de Atizapán, Cuautitlán, Chalco, Ecatepec de Morelos, Ixtapaluca, Nicolás Romero y Acolman, todos del Estado de México, no formaron parte de la Operación.⁴⁸

Fuente: Elaboración propia de acuerdo con información proporcionada por Axtel y Megacable. Fojas 692, 693, 1601 a 1604 y 1825 del Expediente.

- (63) El número de suscriptores que Axtel transfirió a Megacable se distribuyó de la siguiente manera: [REDACTED] ([REDACTED]) del STAR ([REDACTED]), [REDACTED] ([REDACTED]) del SBAF ([REDACTED]) y [REDACTED] ([REDACTED]) del STF ([REDACTED]).⁴⁹

⁴⁶ De acuerdo con el Reporte Anual Axtel 2018, el Segmento Masivo es aquel "(s)egmento de negocio conformado por clientes residencias y micro/pequeños negocios, a los cuales Axtel les brinda servicios de voz, datos y video (televisión de paga) a través de su red de fibra (FTTx) o red inalámbrica." Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 69 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁷ Fojas 692 y 693 del Expediente.

⁴⁸

[REDACTED]

(Énfasis añadido). Fojas 1601,

1602 y 1825 del Expediente.

⁴⁹ Cifras al treinta y uno de marzo de dos mil diecinueve, con base en información proporcionada por Axtel. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 4278 a 4280 del Expediente AI/DC-002-2019.

(64) A su vez, Megacable adquirió [REDACTED] ([REDACTED]) kilómetros de la red de última milla de Axtel. A continuación, se muestra la distribución de la red de fibra óptica por estado de la República Mexicana:

Tabla 4. Número de kilómetros de fibra óptica de la red de última milla materia de la Operación.

Estado	Kilómetros de red objeto de la Operación
Jalisco	[REDACTED]
Guanajuato	[REDACTED]
Puebla	[REDACTED]
Querétaro	[REDACTED]
Estado de México	[REDACTED]
Total	[REDACTED]

Fuente: Elaboración propia de acuerdo con información proporcionada por Axtel. Foja 1825 del Expediente.

(65) Axtel señaló que, posterior a la Operación, [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED] 50 [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED] 51 [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED] 52 [REDACTED]

(66) La concentración comprendió diversos actos jurídicos, los cuales se describen a continuación.⁵³

- **Contrato de compraventa de activos y cesión de derechos.** El uno de mayo de dos mil diecinueve, Axtel, en su carácter de vendedor, Telefonía por Cable, en su carácter de comprador, y Mega Cable celebraron el referido contrato en virtud del cual adquirieron los activos para la prestación de los servicios STAR, SBAF y STF y la cartera de clientes de Axtel en los municipios previamente señalados en la Tabla 3.⁵⁴
- **Convenio accesorio al contrato de compraventa de activos y cesión de derechos.** El uno de mayo de dos mil diecinueve, Axtel, en su carácter de vendedor, Telefonía por Cable, en su carácter de comprador, y Mega Cable

⁵⁰ Foja 704 del Expediente.

⁵¹ Foja 708 del Expediente.

⁵² Foja 1401 del Expediente.

⁵³ Folias 60, 716 y 843 del Expediente.

⁵⁴ [REDACTED] Foja 60 del Expediente.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

celebraron el convenio en cuestión, [REDACTED]

[REDACTED]

55

[REDACTED]

56

[REDACTED]

57

58

59

55 [REDACTED] Foja 716 del Expediente.
56 [REDACTED] Foja 716 del Expediente.
57 [REDACTED] Foja 716 del Expediente.
58 [REDACTED] Foja 716 del Expediente.
59 [REDACTED] Foja 716 del Expediente.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

[Redacted text block] 60

- [Redacted text block] 61

[Redacted text block] 62

- [Redacted text block]

- [Redacted text block]
- [Redacted text block]
- [Redacted text block] 63

- [Redacted text block]

60 [Redacted text] Foja 716 del Expediente.
61 [Redacted text] Foja 716 del Expediente.
62 [Redacted text] Foja 716 del
63 [Redacted text] Expediente.

253100



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

[REDACTED]

(...)

1) [REDACTED]

(67) El monto de la Operación se estableció en la [REDACTED] del Contrato de Compraventa de Activos y Cesión de Derechos, el cual señala [REDACTED] la cantidad de \$1,150,000,000 Pesos (MXN Un mil ciento cincuenta millones de pesos 00/100 M.N.) (sic).⁶⁵

(espacio en blanco)

⁶⁴ [REDACTED]
⁶⁵ [REDACTED] Foja 60 del Expediente.
[REDACTED] Foja 716 del Expediente.

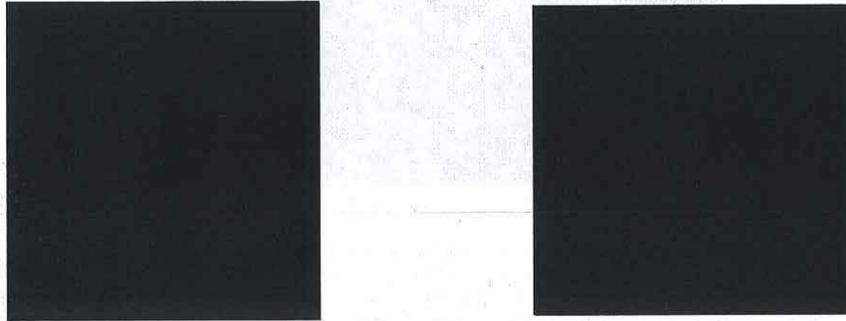
C. Servicios involucrados en la Operación

- (68) Del análisis de la descripción de las partes, se concluye que Axtel y Megacable coinciden en la provisión de 3 (tres) servicios, a saber: STAR, SBAF y STF. Ambos operadores comercializan dichos servicios de manera individual y empaquetada.
- (69) Toda vez que existe un traslape entre los servicios ofrecidos por las partes, se advierte que la Operación de mérito es una concentración de tipo horizontal, en la que Megacable adquiere a un competidor en los 16 (dieciséis) municipios señalados en la Tabla 3. En este sentido, esta autoridad investigadora está convocada a analizar si, como resultado de la Operación, la entidad resultante de la concentración adquiere o refuerza su poder en los mercados relevantes (definidos en las secciones III.1., IV.1. y V.1.).
- (70) En relación con los servicios en los que coinciden Axtel y Megacable, a continuación, se muestra la importancia relativa de cada servicio en términos de los ingresos percibidos por cada agente económico durante dos mil dieciocho.⁶⁶

(espacio en blanco)

⁶⁶ Los ingresos reportados en el Gráfico 1 corresponden únicamente a los servicios en los que coinciden las partes de la Operación. Tanto Axtel como Megacable ofrecen otros servicios de telecomunicaciones, tales como arrendamiento de enlaces dedicados, Internet dedicado e interconexión para terminación fija.

Gráfico 1. Distribución de los Ingresos de Axtel y Megacable, por servicio, 2018.^{1a}
A. Axtel,^{1b} B. Megacable,^{1c}



Notas:

^{1a} Las cifras y porcentajes podrían no sumar exacto debido a su redondeo.

^{1b} En el caso de Axtel, se consideraron los ingresos generados, en el periodo de enero a diciembre de dos mil dieciocho, por los suscriptores ubicados en los 16 (dieciséis) municipios objeto de la Operación.

^{1c} En el caso de Megacable, se consideraron los ingresos generados, en el periodo de enero a diciembre de dos mil dieciocho, por los suscriptores de todas las empresas de dicho GIE que proveen los servicios a nivel nacional (Telefonía por Cable, S.A. de C.V., Myc Red, S.A. de C.V., así como Servicio y Equipo en Telefonía Internet, S.A. de C.V.).

^{1d} Los Ingresos del STAR incluyen los pagos periódicos realizados por los suscriptores por la provisión de las señales del STAR y otros servicios asociados a este servicio, tales como video bajo demanda o pago por evento, la provisión del STAR en televisiones adicionales, los servicios o aplicaciones que permiten a los suscriptores del STAR acceder de forma simultánea a través de Internet al contenido audiovisual transmitido en el STAR (servicio denominado TV Everywhere, por su término en inglés), entre otros, incluyendo los ingresos por la renta de aparatos decodificadores. Fuente: Fojas 843, 1827 a 1834 y 1405 del Expediente. Foja 3013 del Expediente AI/DC-002-2019.

(71) En el caso de Axtel, la provisión [REDACTED] constituye la principal fuente de ingresos de la empresa, seguido de la provisión [REDACTED] y, por último, [REDACTED]. Por su parte, Megacable obtiene la mayor proporción de sus ingresos por la provisión [REDACTED], seguido de la provisión [REDACTED] y [REDACTED].

(72) En el Gráfico 2, se muestra un estimado de la distribución de los ingresos de Megacable después de la Operación. Este gráfico considera la suma de los ingresos generados por Megacable durante dos mil dieciocho más los ingresos que se generaron a partir de la cartera de clientes de Axtel durante el mismo año.

(espacio en blanco)

Gráfico 2. Distribución de los Ingresos de Megacable posterior a la Operación, 2018.^{1a}



Notas:

^{1a} Las cifras y porcentajes podrían no sumar exacto debido a su redondeo.

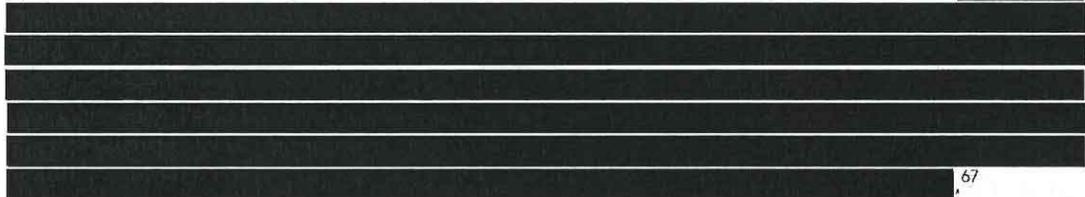
^{1b} Los ingresos del STAR incluyen los pagos periódicos realizados por los suscriptores del STAR por la provisión de las señales del STAR y otros servicios asociados al STAR, tales como video bajo demanda o pago por evento, la provisión del STAR en televisiones adicionales, los servicios o aplicaciones que permiten a los suscriptores del STAR acceder de forma simultánea a través de Internet al contenido audiovisual transmitido en el STAR (servicio denominado *TV Everywhere*, por su término en inglés), entre otros, incluyendo los ingresos por la renta de aparatos decodificadores.

^{1c} Los ingresos de Megacable corresponden a los ingresos generados, en el periodo de enero a diciembre de dos mil dieciocho, a nivel nacional, por la totalidad de suscriptores de todas las empresas de Megacable que proveen el STAR, SBAF y STE, a saber: Telefonía por Cable, S.A. de C.V., MyC Red, S.A. de C.V., así como Servicio y Equipo en Telefonía Internet, S.A. de C.V.; y los ingresos generados por la cartera de clientes de Axtel, durante el mismo periodo, en los 16 (dieciséis) municipios objeto de la Operación.

Fuente: Fojas 843, 1827 a 1834 y 1405 del Expediente. Foja 3013 del Expediente AI/DC-002-2019.

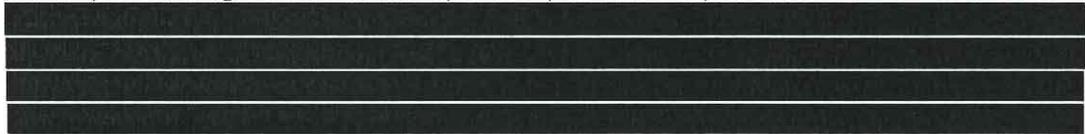
D. Motivos de la Operación y perspectivas futuras

(73) Respecto a las razones económicas que motivaron la Operación, Axtel manifestó que al vender los activos relacionados al mercado masivo residencial, 



⁶⁷

(74) Por su parte, Megacable señaló que la Operación le permitirá "



"". Asimismo, Megacable señaló que la Operación le permitirá "

⁶⁷ Fojas 691 y 692 del Expediente



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

(75)

[REDACTED] " 68
Respecto a la cartera de clientes adquirida mediante la Operación, Megacable señaló que "[REDACTED]

[REDACTED] ". Además, resaltó la importancia de adquirir una red de fibra óptica "[REDACTED]

[REDACTED] " 69

SÉPTIMA.- Determinación de los mercados relevantes y análisis de poder sustancial en el marco del procedimiento de investigación de las concentraciones previstas en el quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio.

El Pleno al resolver el Aviso de Concentración, reconoció que el Artículo Noveno Transitorio establece un régimen de excepción al procedimiento de notificación de concentraciones establecido en la LFCE. Asimismo, en la Resolución de Pleno se plasmó que el párrafo quinto del referido artículo, prevé un procedimiento de investigación de las concentraciones objeto de un aviso, y que dicha investigación se debe tramitar en términos del artículo 96 de la LFCE.

El quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio ordena investigar la existencia de poder sustancial que pueda resultar de las concentraciones realizadas al amparo del citado artículo.

Tomando en cuenta que los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión implican la prestación de servicios en diversos mercados, tales como la telefonía fija, la telefonía móvil, el servicio de acceso a Internet, el servicio de televisión y audio restringidos y/o la televisión radiodifundida, entre otros, se considera que las concentraciones efectuadas en términos de lo previsto por el Artículo Noveno Transitorio, deberán ser investigadas por la Autoridad Investigadora de manera particular. Por lo tanto, las investigaciones de las concentraciones previstas en el quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio, deberán limitarse a las circunstancias de cada una de las operaciones o transacciones que sean celebradas, por lo que se tomarán en cuenta el o los mercados relevantes en donde tuvo efectos la concentración.

Este alcance es consistente con la *ratio legis* del Artículo Noveno Transitorio, tal y como fue expresada en el Dictamen de las Comisiones Unidas de Comunicaciones y Transportes, Radio, Televisión y Cinematografía, y de Estudios Legislativos, del Senado de la República de la siguiente manera:

Desde luego, el hecho de que se proponga que no se requiera la autorización del Instituto para las concentraciones que cumplan con las condiciones arriba descritas no impide que, con fundamento en el artículo 61 de la Ley Federal de Competencia Económica, el Instituto realice una investigación para determinar si el objetivo de la concentración o su efecto es obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la libre competencia o la competencia económica y, en caso de encontrar que existe poder sustancial en alguno de los mercados que integran el sector, podrá imponer las medidas necesarias para proteger y fomentar en dicho mercado la competencia y libre competencia, de conformidad con el Proyecto de Decreto. De esta forma se permite la consolidación de la industria dentro del sector correspondiente, pero si ya realizada la consolidación pudiera existir un poder sustancial de mercado, el Instituto, en su caso, aplicará las medidas correctivas correspondientes. Con ello se logra el fin deseado de generar

⁶⁸ Foja 60 del Expediente.

⁶⁹ Foja 825 del Expediente.

*competidores más robustos para enfrentarse al preponderante, pero se mantiene la posibilidad de corregir las probables distorsiones en el mercado por el nacimiento de dichos competidores.*⁷⁰ (Énfasis añadido).

Asimismo, la Autoridad Investigadora debe ceñirse al plazo de noventa días naturales establecido por el quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio y no el señalado en el artículo 96, fracción IV, de la LFCE, en virtud de que el procedimiento de investigación de concentraciones previsto en el quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio, trata de un régimen de excepción de notificación de concentraciones para los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, que obedece al propósito establecido por el legislador en la LFTyR.

Lo anterior, sin que ello implique que el Instituto deba dejar de observar las disposiciones correspondientes al análisis de determinación de poder sustancial establecido en la LFCE que tengan aplicabilidad en la evaluación de la concentración que nos ocupa, esto es, determinar el mercado relevante en los términos previstos por el artículo 58 de la LFCE, así como determinar la posible existencia del poder sustancial bajo los parámetros señalados por el diverso 59 de la LFCE, bajo conforme los parámetros dispuestos en el artículo 96 de la LFCE.

En ese orden de ideas se considera que, a efecto de que la Autoridad Investigadora determine la posible existencia de poder sustancial derivado de las concentraciones referidas en el Artículo Noveno Transitorio, deberá estarse a lo previsto en la LFCE y en las Disposiciones Regulatorias, lo cual implica que dicha autoridad tendrá, entre otros, que definir el o los mercados relevantes; identificar los servicios de telecomunicaciones o radiodifusión comercializados u ofrecidos y aquellos que los sustituyan o puedan sustituirlos oportunamente. Asimismo, deberá delimitar el área geográfica en la que se ofrecen o demandan dichos o servicios, y si en la misma existe la opción de acudir indistintamente a los proveedores o clientes sin incurrir en costos significativos.

III. SERVICIO DE TELEVISIÓN Y AUDIO RESTRINGIDOS (STAR)

III.1. Mercado relevante

- (76) El mercado relevante se determina con fundamento en el artículo 58 de la LFCE, así como en el artículo 5 de las Disposiciones Regulatorias.
- (77) Esta sección comprende cinco apartados: en el primero, se describen diversas generalidades del STAR, en el segundo se presenta el análisis de sustitución para determinar la dimensión producto, en el tercero se realiza el análisis para delimitar la dimensión geográfica, en el cuarto se desarrollan otros criterios para determinar el mercado relevante y, finalmente, se concluye con la definición del mercado relevante.

III.1.1. Consideraciones previas

- (78) A continuación, se describe el STAR como una plataforma de dos lados, se presenta una definición del servicio, se explica la cadena de valor de los contenidos

⁷⁰ Dictamen de las Comisiones Unidas de Comunicaciones y Transportes, de Radio, Televisión y Cinematografía, y de Estudios Legislativos del Senado de la República, con proyecto de Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión; p. 346. Consultable en: http://infofen.senado.gob.mx/sqsp/gaceta/62/2/2014-07-04-1/assets/documentos/DICTAMEN_MATERIA_TELECOMUNICACIONES.pdf.

audiovisuales transmitidos a través del STAR y se caracteriza a los demandantes y oferentes de dicho servicio.

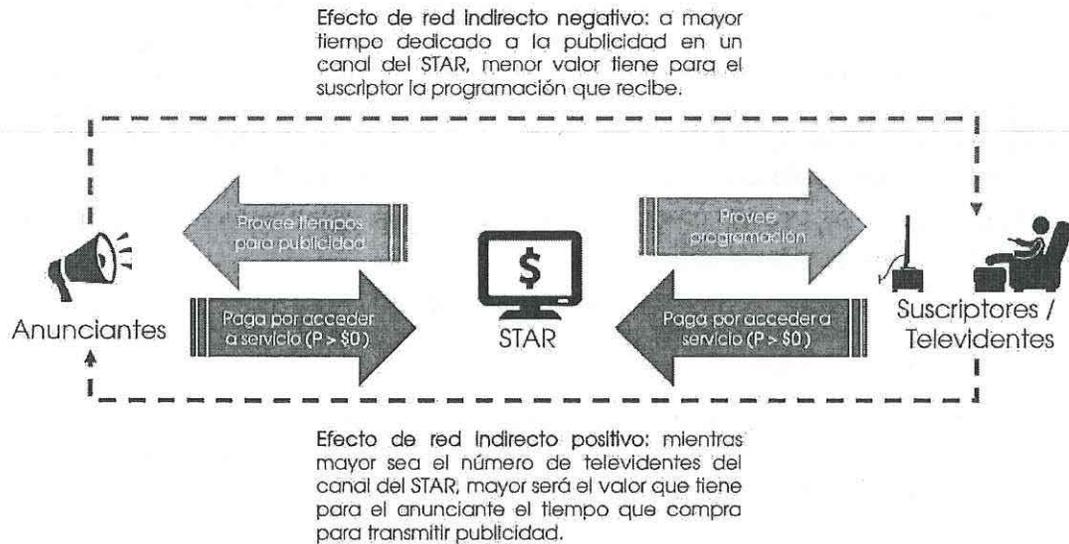
III.1.1.1. El STAR como plataforma

- (79) Los mercados o plataformas de dos o más lados surgen cuando se crea una estructura física o virtual a la cual concurren dos o más grupos de personas con el fin de concretar una transacción o un servicio.⁷¹ De esta manera, a través de las plataformas, diferentes grupos de personas que se necesitan entre sí pueden realizar transacciones de una manera más sencilla y menos costosa, transacciones que, de no existir la plataforma, difícilmente se llevarían a cabo.
- (80) El STAR puede ser analizado como una plataforma de dos lados, en la que interactúan dos grupos de clientes:
- i. Los anunciantes, a quienes se les provee el servicio de venta de tiempo para publicidad en los canales de programación que son transmitidos en el STAR (canales del STAR).
 - ii. Los televidentes o suscriptores, a quienes se les proveen de manera directa los canales del STAR y otros contenidos audiovisuales a cambio de una suscripción mensual.
- (81) Los mercados de dos lados se caracterizan por la existencia de efectos de red indirectos, los cuales se presentan cuando el valor que obtiene un consumidor de un lado de la plataforma se incrementa o disminuye con el número de consumidores en el otro lado de la plataforma. En el caso del STAR, los efectos de red indirectos son los siguientes:
- i. Los anunciantes prefieren que su publicidad se transmita en canales del STAR que cuenten con mayor audiencia, ya que, a mayor número de televidentes, mayores son los clientes potenciales de sus productos (efecto de red indirecto positivo).
 - ii. Los suscriptores del STAR dan un valor negativo a visualizar una mayor cantidad de publicidad en la programación que se transmite en los canales del STAR (efecto de red indirecto negativo).
- (82) La LFTyR reconoce la necesidad de *"mantener un equilibrio entre la publicidad y el conjunto de programación transmitida por día"*. Por ello, establece como regla para los concesionarios que presten el STAR, así como los programadores y operadores de canales del STAR, que *"el tiempo destinado a publicidad comercial*

⁷¹ Véase Escobar, R. (2016). *"Caracterización del mercado de video y audio restringido como un mercado de múltiples lados en un entorno convergente"*. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4338 del Expediente AI/DC-002-2019.

no excederá seis minutos de publicidad en cada hora de transmisión”.⁷² Lo anterior implica que los efectos indirectos de red negativos de la publicidad sobre los suscriptores del STAR están acotados por un límite establecido en la LFTyR.

Figura 1. El STAR como plataforma de dos lados que brinda servicios a los suscriptores y a los anunciantes.



Fuente: Elaboración propia con base en Escobar, R. (2016). "Caracterización del mercado de video y audio restringido como un mercado de múltiples lados en un entorno convergente". Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4338 del Expediente AI/DC-002-2019.

- (83) Los proveedores del STAR, por lo general, fijan niveles de precios en ambos lados de la plataforma. Por un lado, los anunciantes pagan tarifas para insertar su publicidad dentro de la programación de los canales del STAR. Por otro lado, los televidentes pagan una tarifa de suscripción para tener acceso al servicio. Dada la presencia de los efectos de red indirectos, el nivel de precios en un lado de la plataforma puede afectar la demanda en el otro lado.
- (84) En el caso de México, no todos los proveedores del STAR ofrecen el servicio de venta de tiempo para publicidad,⁷³ algunos se dedican exclusivamente a la venta de suscripciones. Aquellos proveedores que venden ambos servicios obtienen ingresos, principalmente, de la venta de suscripciones y solo un porcentaje muy reducido de sus ingresos proviene de la venta de tiempo para publicidad. Por

⁷² Conforme al artículo 237, fracción II, incisos a y b, de la LFTyR, en el cálculo del tiempo destinado a la publicidad, no se considera la publicidad contenida en las señales de radiodifusión que sean retransmitidas ni los promocionales propios de los canales de programación; asimismo, los canales dedicados exclusivamente a programación de oferta de productos estarán exceptuados del límite señalado.

⁷³ Por ejemplo, [REDACTED], señalaron que no ofrecen el servicio de venta de tiempos para publicidad en el STAR. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1124 y 1133 a 1201 del Expediente AI/DC-002-2019.

ejemplo, en el año dos mil dieciocho, únicamente el 5.4% de los ingresos de [REDACTED] proveedores del STAR, a nivel nacional, provino de la venta de tiempo para publicidad.⁷⁴

(85) Ahora bien, para el análisis de los efectos de la concentración que dio origen a la presente investigación, se considera pertinente enfocarse en el lado de la provisión del STAR a los suscriptores, toda vez que las partes de la Operación no coinciden en la venta de tiempos para publicidad en el STAR.

(86) De acuerdo con la información aportada por la parte vendedora, se advierte que, previo a la Operación, Axtel no proveía el servicio de venta de tiempo para publicidad en el STAR, [REDACTED]

[REDACTED]⁷⁵ [REDACTED],⁷⁶ En este sentido, derivado de la Operación, Megacable no incrementó su participación en el mercado de venta de tiempos para publicidad en el STAR.

(87) Adicionalmente, en el caso de Megacable, los ingresos por venta de tiempo para publicidad en el STAR representan tan solo el [REDACTED] de los ingresos totales que percibe por la provisión de dicho servicio,⁷⁷ mientras que el [REDACTED] proviene de suscripciones y de otros servicios relacionados al STAR.⁷⁸ En este sentido, los cambios en las condiciones de competencia que tuvieran lugar, como resultado de la Operación, tendrían un mayor efecto en el lado de los suscriptores que en el lado de los anunciantes.

III.1.1.2. Descripción del STAR

(88) El STAR se encuentra definido en la LFTyR, en el artículo 3, fracción LXIV, de la siguiente manera:

⁷⁴ La estimación del porcentaje de los ingresos por concepto de venta de tiempo para publicidad considera información de [REDACTED], a nivel nacional, por ser la mejor información disponible, de conformidad con el artículo 120 de la LFCE. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1917, 1981, 3543, 3544, 3878, 4532 y 4943 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁷⁵ Axtel señaló que [REDACTED] Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 2355 a 2371 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁷⁶ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 2355 a 2372 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁷⁷ Cifras a dos mil dieciocho. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 4506 a 4532 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁷⁸ Se refiere a otros servicios relacionados con el STAR, tales como video bajo demanda o pago por evento, la provisión del STAR en televisiones adicionales, los servicios o aplicaciones que permiten a los suscriptores del STAR acceder de forma simultánea a través de Internet al contenido audiovisual transmitido en el STAR (servicio denominado TV Everywhere, por su término en inglés), entre otros.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

Servicio de televisión y audio restringidos: Servicio de telecomunicaciones de audio o de audio y video asociados que se presta a suscriptores, a través de redes públicas de telecomunicaciones, mediante contrato y el pago periódico de una cantidad preestablecida; (Énfasis añadido).

- (89) De la definición anterior, se desprenden las siguientes características del STAR:
- i. Es un servicio de telecomunicaciones, por lo que su prestación está sujeta al otorgamiento de concesiones por parte de este Instituto.
 - ii. El servicio consiste en la transmisión de señales de audio o de audio y video asociados.
 - iii. Es un servicio final que se presta mediante una relación contractual entre los concesionarios de redes públicas de telecomunicaciones (oferentes) y los suscriptores (demandantes).
 - iv. Es un servicio de acceso restringido, en el cual los oferentes del servicio codifican las señales transmitidas para que solo puedan acceder a ellas los usuarios finales que realicen el pago periódico correspondiente y que cuenten con los dispositivos decodificadores proporcionados exclusivamente por el proveedor del STAR.
 - v. Es un servicio que el concesionario distribuye a través de su RPT, por lo que puede ser provisto mediante diversas tecnologías de transmisión (medios de distribución cableados, satélite y microondas).

III.1.1.3. Cadena de valor

- (90) La cadena de valor de los contenidos audiovisuales transmitidos a través del STAR se integra, principalmente, de cuatro eslabones: i) producción de contenidos audiovisuales (programas individuales); ii) programación o agregación de contenidos audiovisuales en canales del STAR; iii) provisión y licenciamiento de contenidos audiovisuales a canales del STAR, y iv) provisión del STAR al usuario final.
- (91) El primer eslabón de la cadena de valor, por lo general, está a cargo de productores independientes o agentes económicos integrados verticalmente, que se encargan de la preproducción (ej. preparación de tomas, casting y locaciones, etc.), producción (ej. fotografía, producción de video y rodaje) y post-producción (ej. edición, efectos especiales y sonido) para crear contenidos audiovisuales, tales como eventos deportivos en vivo, noticieros, series de televisión, películas, programas de concursos, *reality shows*, entre otros.
- (92) En el segundo eslabón intervienen los programadores, quienes organizan los contenidos audiovisuales, ya sea de producción propia o adquirida a terceros, en una secuencia lineal (es decir, en canales del STAR). Los contenidos audiovisuales



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

los programan de acuerdo al perfil de la audiencia que buscan atraer los programadores.

- (93) En el tercer eslabón participan los programadores y comercializadores de canales del STAR, quienes transmiten, venden o licencian los canales del STAR, ya sea de manera individual o en paquete. Los demandantes del servicio en esta etapa son los concesionarios del STAR, quienes adquieren los canales del STAR como insumo para la conformación de los paquetes que ofrecen a sus respectivos suscriptores.⁷⁹
- (94) La última etapa se refiere a la provisión del STAR a los usuarios finales por parte de concesionarios de RPT, a través de distintas tecnologías de transmisión (medios cableados, satélite y microondas). La comercialización de este servicio se realiza por medio de ofertas de paquetes de canales del STAR, a cambio de una renta que, generalmente, se compone de una parte fija establecida en el contrato (la cual depende del paquete de señales contratado e incluye la renta del decodificador) y otra variable (la cual incluye, por ejemplo, la contratación de pago por evento o canales de televisión *a la carta*).
- (95) En México, es posible encontrar agentes económicos verticalmente integrados que participan en varias etapas de esta cadena de valor.

III.1.1.4. Demandantes del STAR

- (96) Los usuarios que demandan el STAR lo hacen, primordialmente, con fines de entretenimiento. Estos usuarios tienen preferencias heterogéneas, por esta razón, los paquetes que se ofrecen en el mercado incluyen una mezcla de canales de distintas categorías, tales como películas, deportes, fácticos, noticias, música, infantil, entretenimiento, etc. Dado que los consumidores valoran la disponibilidad de diversas categorías de canales al contratar el STAR a un proveedor en particular, se considera que cada una de ellas es complementaria de las demás.
- (97) Al contratar el STAR, los usuarios pueden adquirir un paquete básico que incluye el número mínimo de canales del STAR que ofrece cada proveedor. Los usuarios pueden incrementar el número de canales del STAR al que tienen acceso contratando paquetes que incluyen un mayor número de canales o contratando paquetes de canales adicionales *"a la carta"*, a cambio de una contraprestación extra. Adicionalmente, el usuario tiene la opción de adquirir contenidos específicos (por ejemplo, eventos deportivos, musicales o películas de reciente lanzamiento) en la modalidad de *"video bajo demanda"* o *"pago por evento"*, para lo cual deben incurrir en un gasto adicional. A estos contenidos específicos se puede tener

⁷⁹ En esta etapa, la distribución mayorista de contenidos audiovisuales se realiza, generalmente, vía satélite porque ello facilita que la distribución pueda adecuarse a distintas coberturas geográficas de la señal (por ejemplo: local, multi local, nacional o multinacional).



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

acceso en una o varias ocasiones durante un periodo de tiempo previamente establecido.⁸⁰

- (98) El usuario del STAR también puede tener acceso, de manera gratuita o por un pago extra, a servicios añadidos, tales como la provisión de bibliotecas de contenidos audiovisuales o canales del STAR a través de internet, a los que puede acceder a través de un ordenador personal, tableta o teléfono inteligente, irrestricto del lugar físico donde se encuentre, siempre y cuando cuente con una conexión de internet.⁸¹
- (99) Los usuarios del STAR pueden contratar el servicio de manera individual o en forma empaquetada con otros servicios de telecomunicaciones como el STF y el SBAF.

III.1.1.5. Oferentes del STAR

- (100) Los oferentes del STAR son concesionarios de RPT que, mediante una relación contractual, proveen el servicio a los usuarios a cambio de una contraprestación y/o pago periódico. Una vez establecida la relación contractual, el concesionario lleva a cabo la instalación de los elementos de red necesarios para que el suscriptor reciba el servicio correspondiente en su domicilio.
- (101) Los proveedores del STAR que participan en las zonas geográficas donde tiene efectos la Operación prestan el servicio, principalmente, a través de medios de distribución cableados (cable coaxial y fibra óptica) y vía satélite (DTH).⁸²
- (102) Si bien es factible proveer el STAR a través de microondas (MMDS),⁸³ en México la banda de frecuencias de los 2500-2690 MHz (originalmente destinada a la provisión del STAR) fue identificada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) como una banda de "Telecomunicaciones Móviles Internacionales" (IMT, por sus siglas en inglés), motivo por el cual se ha llevado a cabo un proceso de reorganización para impulsar el acceso de la población a los servicios de banda ancha.⁸⁴ De esta manera, el número de proveedores del STAR que utilizan esta

⁸⁰ Por ejemplo, en el caso de SKY, el usuario puede acceder a la película contratada en pago por evento desde el momento que la contrata y hasta las 6:00 (seis) horas del día siguiente. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4338 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁸¹ Algunos de estos servicios son Fox Premium, ESPN Play, HBO Go, Hot Go, TNT Go, Space Go y CN Go, los cuales se proveen sin cargo a los suscriptores del STAR, siempre y cuando estos lleven a cabo un proceso de autenticación y comprueben que tienen contratado un paquete del STAR que incluye los canales del programador correspondiente. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1383, 1789 a 1790, 1853, 2126, 2197, 2198, 2209, 3013, 3491 a 3494, 3543, 3560, 3561, 3670, 4029, 4256, 4402 y 4532 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁸² Siglas que provienen del acrónimo en inglés de *Direct to Home* (Directo al Hogar).

⁸³ Siglas que provienen del acrónimo en inglés de *Microwave Multipoint Distribution Service* (Sistemas de Distribución Multipunto por Microondas).

⁸⁴ Comunicado de prensa No. 71/2014. Instituto Federal de Telecomunicaciones. IFT. México, D.F. del diecisiete de diciembre de dos mil catorce. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4338 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

tecnología ha disminuido en los últimos años y es poco viable que en el futuro cercano esta tecnología sea utilizada para proveer el STAR.⁸⁵

- (103) Para proveer el STAR, el concesionario requiere contar con un elemento de infraestructura denominado Cabecera o Centro de Recepción, Transmisión y Control (CC, CRC o CTC), en el que se recogen las señales de los proveedores de contenidos audiovisuales, las cuales son integradas y codificadas en una señal que es difundida a través de la red de distribución del concesionario hacia los suscriptores. La codificación de la señal evita que personas no suscritas a la red del proveedor del STAR puedan acceder al contenido. Dicha señal viaja a través de la RPT del concesionario hasta el domicilio del usuario, el cual recibe la señal a través de un equipo decodificador. Este equipo permite a los proveedores del STAR dar acceso únicamente a los contenidos audiovisuales que cada usuario tiene contratado y permite al usuario seleccionar el contenido audiovisual que desea ver.
- (104) Los proveedores del STAR utilizan diversos canales de comercialización, tales como: (i) cambaceo, que es la promoción y comercialización que se realiza de casa en casa, con el fin de adquirir nuevos suscriptores; (ii) módulos/puntos de venta, tales como sucursales de la empresa, módulos dentro de tiendas de autoservicio, departamentales, cadenas y centros comerciales, etc., donde personal de la fuerza de ventas del concesionario, promueve y comercializa el servicio a los clientes potenciales; (iii) *telemarketing*, que es la comercialización y promoción del servicio por medio de llamadas telefónicas realizadas por el personal de fuerza de ventas a usuarios potenciales.⁸⁶
- (105) Los proveedores que ofrecen el STAR a través de medios cableados lo venden de manera individual o empaquetado en las modalidades de *doble play* (STAR+SBAF o STAR+STF) y *triple play* (STAR+SBAF+STF). Por su parte, los proveedores del STAR satelitales han empezado a ofrecer el STF y el SBAF, mediante convenios con otros operadores o utilizando la tecnología satelital.⁸⁷

⁸⁵ Por ejemplo, en octubre de dos mil trece la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a través de un comunicado, informó que "11 concesionarios, incluido MVS Multivisión, presentaron ante la SCT su renuncia voluntaria al 68 por ciento de los 190 MHz que integran la banda de los 2.5GHz, los cuales podrán ser licitados por el Instituto Federal de Telecomunicaciones". En otro caso, el Pleno del IFT declaró el rescate de 190 MHz en la banda de frecuencias del espectro radioeléctrico que va de los 2500MHz a los 2690 MHz, concesionados a la empresa TDS Comunicaciones, S.A. de C.V. para prestar el servicio de televisión y audio restringidos en la Paz, Los Cabos, Comondú y Mulegé; en el estado de Baja California Sur. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4338 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁸⁶ Por ejemplo, el Reporte Anual de GTV 2017 (p. 62) señala que Sky "cuenta con aproximadamente 1,006 puntos de venta". Por su parte, el Reporte Anual de Megacable 2018 (pp. 35 y 36), señala que esta empresa utiliza centros de atención a clientes, ventas y pagos, centros de atención telefónica y ventas a domicilio para promocionar sus servicios. (p. 13). Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 69 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁸⁷ Por ejemplo, Sky provee el SBAF y el STF, a través de medios cableados e inalámbricos a través de la marca Blue Telecomm. Star Group ofrece el SBAF a través de satélite, en tanto, Dish ofrece el SBAF tanto con tecnología

III.1.2. Servicios sustitutos

- (106) La dimensión producto del mercado relevante se delimita tomando en consideración lo establecido en el artículo 58, fracción I de la LFCE, el cual señala lo siguiente:

I. Las posibilidades de sustituir el bien o servicio de que se trate por otros, tanto de origen nacional como extranjero, considerando las posibilidades tecnológicas, en qué medida los consumidores cuentan con sustitutos y el tiempo requerido para tal sustitución;

- (107) El análisis de sustitución se desarrollará como sigue. En primer lugar, se analizará la sustitución del STAR provisto a través de las distintas tecnologías de transmisión. En segundo lugar, se abordará la sustitución entre el STAR y otros servicios finales que permiten al usuario acceder a contenidos audiovisuales, tales como la televisión radiodifundida y la provisión de contenidos audiovisuales a través de internet (en adelante servicios OTT). En tercer lugar, se analizará la sustitución entre el STAR provisto de manera individual (*single play*) y el STAR provisto en paquete con otros servicios de telecomunicaciones (*doble play* y *triple play*).

III.1.2.1. Sustitución entre los servicios de televisión y audio restringidos provistos a través de distintas tecnologías de transmisión

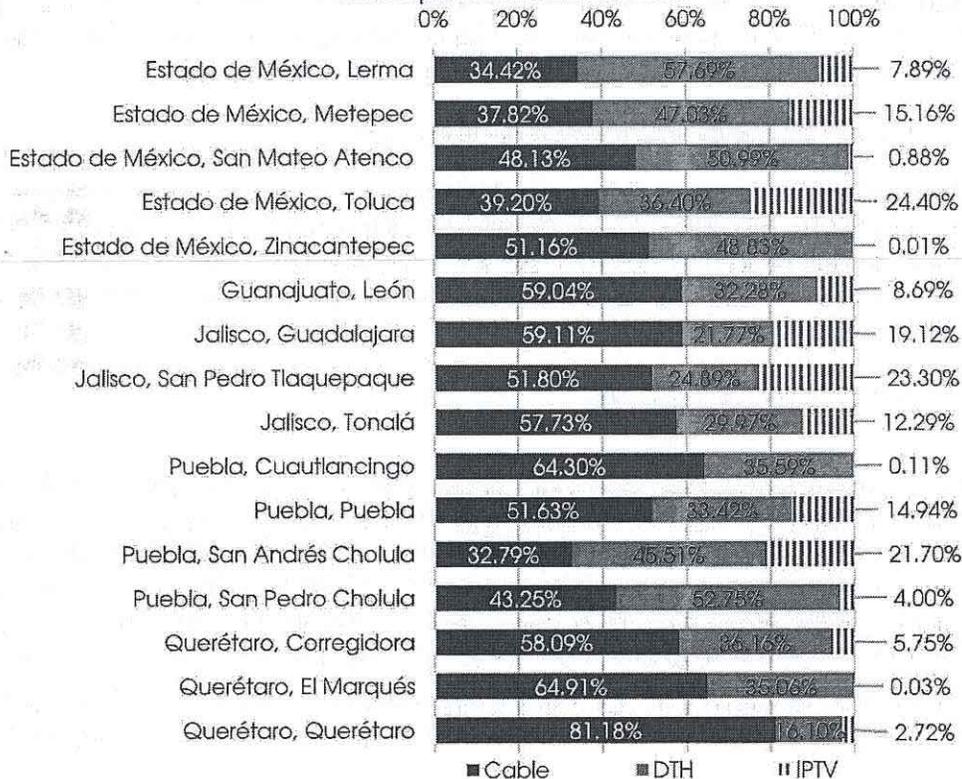
- (108) La provisión del STAR en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación se realiza mediante dos tecnologías: i) medios de distribución cableados, que incluyen el cable coaxial y la fibra óptica, en esta categoría están las empresas de cable y de "Televisión por Protocolo de Internet" (IPTV, por sus siglas en inglés), y ii) vía satélite o DTH.⁸⁸
- (109) El Gráfico 3 muestra la distribución de los suscriptores del STAR, por tipo de tecnología de transmisión, para el año dos mil dieciocho, en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación.

(espacio en blanco)

satelital, alámbrica e inalámbrica, a través de convenios con diversos agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 756, 1853, 5237 y 5238 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁸⁸ De acuerdo con información del BIT, hasta el año dos mil dieciséis se registraron accesos del STAR que utilizaban la tecnología de microondas o MMDS (por ejemplo, en el municipio de Puebla, Puebla). A partir de enero de dos mil diecisiete no se reportan accesos del STAR que utilicen este tipo de tecnología. Fojas 1466 a 1470 y 1492 del Expediente.

Gráfico 3. Porcentaje de suscriptores, por tipo de tecnología de transmisión, en los municipios objeto de la Operación. Marzo de 2019.



Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

- (110) Del gráfico anterior se advierte que, en los 16 (dieciséis) municipios analizados, el STAR se consume utilizando los diferentes tipos de tecnologías. Si se consideran los promedios de los municipios por tipo de tecnología de transmisión, se observa un mayor consumo del STAR vía cable coaxial (52.16%), seguido del STAR vía satélite (37.78%) y por último del STAR que utiliza la tecnología IPTV (10.06%).
- (111) Ahora bien, existen tres concesionarios que proveen el STAR vía satélite en casi todo el territorio nacional: Sky, Dish y Star Group.⁸⁹ Los concesionarios que prestan el STAR, a través de medios cableados, lo hacen de manera local. Los concesionarios de

⁸⁹ De acuerdo con información proporcionada por Star Group, se observa que este operador no registra suscriptores en la Ciudad de México y Sinaloa. Elaboración propia con base en las fojas señaladas en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019".

cable que participan en las zonas geográficas donde tiene efectos la Operación son Megacable y una de las empresas que forma parte de GTV (TV Cable de Oriente, S.A. de C.V.), Además, en la misma categoría de redes cableadas, participan las empresas de IPTV, a saber, Total Play y Axtel.⁹⁰

III.1.2.1.1. Descripción de las tecnologías de transmisión

- (112) A continuación, se analizan las características tecnológicas, comerciales y normativas del STAR, provisto a través de diferentes medios de transmisión, a fin de determinar si, desde la perspectiva de los consumidores, dichos servicios se consideran sustitutos entre sí, es decir, si la demanda se muestra neutral a la tecnología de transmisión del STAR.

III.1.2.1.1.1. Características técnicas⁹¹

Cable

- (113) Los primeros sistemas de televisión por cable estaban basados únicamente en cable coaxial.⁹² Sin embargo, actualmente la mayoría de las configuraciones son un híbrido de fibra óptica con cable coaxial (HFC),⁹³ lo cual ha permitido a los operadores de cable incluir en su oferta comercial el SBAF y el STF, en los paquetes denominados *doble play* y *triple play*. Las redes HFC utilizan fibra óptica para la red troncal⁹⁴ y cable coaxial para la red de acceso⁹⁵ y acometida⁹⁶ hasta los usuarios.
- (114) El STAR vía cable se origina en las instalaciones del proveedor conocidas como CC.⁹⁷ En el CC se concentran las señales radiodifundidas de las estaciones de

⁹⁰ Axtel proveía el STAR mediante la tecnología IPTV en las zonas geográficas donde tuvo efectos la Operación hasta el uno de mayo de dos mil diecinueve, fecha en la que surtieron efectos los actos jurídicos mediante los cuales se llevó a cabo la Operación. Véase Resolución del Pleno.

⁹¹ Con base en lo señalado en Tomás Perales, Benito, 2014. "*Infraestructuras Comunes de Telecomunicación (ICT) y Radiocomunicaciones*". Alfaomega Grupo.

⁹² El cable coaxial tradicional utilizado para transmitir el STAR admite un ancho de banda de 370 MHz, con lo que potencialmente se pueden transmitir señales a una velocidad de alrededor de 400 Mbps, aunque un rango más típico es de 100 Mbps, para distancias de 2.5 (dos punto cinco) a 3 (tres) km sin necesidad de regenerar la señal. Para redes de nueva generación el ancho de banda puede llegar a los 750MHz o hasta 1000MHz. El nivel de confiabilidad y las tasas de error del cable coaxial son mejores que el par torcido de cobre.

⁹³ Del Inglés *Hybrid Fibre Coaxial*.

⁹⁴ La red troncal, red de transporte o "*anillo de fibra*" es el segmento de la red que interconecta a los nodos de infraestructura del STAR y transporta el tráfico principal.

⁹⁵ La red de acceso o de distribución es el segmento de red que conecta a los nodos de la red troncal con los domicilios de los usuarios o con zonas de repartición del STAR.

⁹⁶ Se suele llamar acometida al último segmento de conexión entre la red de acceso del proveedor de STAR y el usuario.

⁹⁷ Las Cabeceras o CC son los sitios donde se reciben todas las señales a difundir en la red del concesionario que presta el STAR. En el CC también se administran las interconexiones con otras redes de transporte fijas y móviles, así como con los servidores de acceso a otros servicios, por ejemplo, telefonía e Internet.

televisión abierta locales, las señales satelitales de los programadores que proveen canales del STAR y diversas fuentes de contenidos audiovisuales.

(115) Las señales son multiplexadas en frecuencia y moduladas en el CC para después ser transmitidas a través de la red troncal de fibra óptica hacia los nodos⁹⁸ de distribución. En estos nodos se regenera la señal para su emisión en otros segmentos de la red. Además, los nodos convierten la señal óptica que viaja en la fibra en una señal eléctrica que se distribuye al usuario final a través del cable coaxial. En áreas que cubren grandes distancias se agregan amplificadores para mitigar la atenuación común en el cable coaxial.

(116) La señal de bajada llega al decodificador,⁹⁹ el cual convierte la señal del proveedor, codificada y cifrada, en una señal que el televisor del usuario puede reproducir. El decodificador también permite al usuario seleccionar el canal de televisión deseado para su presentación en el aparato de televisión.

IPTV

(117) A diferencia de los sistemas de cable, que son esencialmente de una vía,¹⁰⁰ IPTV es un sistema bidireccional que utiliza una conexión sobre IP,¹⁰¹ que permite crear un canal de comunicación de dos vías con el usuario.

(118) Los oferentes del STAR que utilizan IPTV para proveer el servicio, al igual que los proveedores que utilizan otras tecnologías, concentran las señales de los diferentes proveedores de contenidos audiovisuales en el CC. En el CC las señales son comprimidas, cifradas y puestas en paquetes de datos IP. Después, los paquetes son enviados a través de la red troncal de fibra y eventualmente llegan a un nodo para la conexión a la red de acceso hasta el decodificador para el aparato de televisión del usuario. Esta última conexión también es de fibra óptica y se conoce como fibra hasta la casa o FTTH.¹⁰²

⁹⁸ Los nodos son los elementos de la infraestructura encargados de realizar las diversas funciones de procesamiento que requieren cada una de las señales que circulan o transitan a través de los enlaces de la red. Desde un punto de vista topológico, los nodos proveen los enlaces físicos entre los diversos elementos que conforman la red.

⁹⁹ La señal de bajada es aquella que se emite desde el concesionario del STAR hacia el usuario final, mientras que la de subida es aquella que se emite desde el usuario hacia el proveedor del STAR.

¹⁰⁰ Aunque el servicio de cable es esencialmente de una vía, también tiene canales reversibles que permiten al decodificador comunicarse con la cabecera, pero únicamente sirven para realizar funciones específicas, por ejemplo, bloquear canales por las que el usuario no ha pagado.

¹⁰¹ IP o Protocolo de Internet es un protocolo de comunicación de datos digitales cuya principal función es el direccionamiento bidireccional de paquetes de información en una red. Es importante señalar que IP no es lo mismo que Internet, pues Internet se refiere al conjunto de redes interconectadas, mientras IP es uno de los protocolos que las comunican.

¹⁰² Del inglés *Fiber to the Home*. Para la implementación general de servicios de telecomunicaciones sobre fibra óptica se suelen utilizar otros términos además de FTTH, bajo la distinción de FTx, donde "x" es el nivel de proximidad de la fibra desde el proveedor hasta el usuario final, así se pueden encontrar términos como fibra hasta el nodo (FTTN), fibra hasta la cabina o armario (FTTC), fibra hasta la acometida (FTB) o bien fibra hasta la premisa (FTTP), para usos caseros y comerciales. Las redes de Axtel y Total Play, quienes proveen el servicio a través de la



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- (119) Debido a que el sistema es de dos vías, el suscriptor del STAR puede establecer comunicación directa con el concesionario, lo que implica interactividad. Otra propiedad que ofrece el empaquetamiento sobre IP es la posibilidad de enviar la señal en segmentos, lo que permite al usuario, por ejemplo, reproducir una película desde la mitad antes de transmitir el contenido previo. También se elimina el problema de latencia existente en sistemas como el satelital, debido a que no necesariamente se tiene que hacer la transmisión en tiempo real, sino en segmentos. Este mismo empaquetamiento de la señal también puede representar una desventaja del servicio, ya que cualquier caída en el ancho de banda de la red podría causar pérdida o retraso en los paquetes IP, lo que afectaría la calidad del servicio.¹⁰³
- (120) Cabe señalar que las redes cableadas, ya sea que estén constituidas por cable coaxial y/o fibra óptica, son las menos susceptibles a interferencia y errores en comparación con otras tecnologías de transmisión.
- Satélite*
- (121) Los sistemas denominados "*Directo al Hogar*" (o DTH) utilizan como medio de transmisión los enlaces satelitales.¹⁰⁴ Los proveedores de DTH adquieren diferentes señales para proveer el STAR, las concentran en el CC y de ahí las envían a sistemas o constelaciones satelitales, cuya cobertura es de carácter global. De esta manera, cuentan con la capacidad de abarcar regiones que comprenden uno o más países.
- (122) El CC¹⁰⁵ utiliza grandes antenas parabólicas para captar señales analógicas y digitales de varias fuentes, para luego integrar y convertir toda la programación en una transmisión digital de alta calidad sin compresión.

tecnología IPTV, son 100% de fibra óptica, por lo que su red es FTTH. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004 y 1226 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹⁰³ Considerando una transmisión de calidad estándar para televisión de 720x480 píxeles, y para televisión HD de 1920x1080, el rango del ancho de banda requerido para un canal se encuentra entre los 1,5 Mbps y los 8 Mbps. Lloret Mauri, J., García Pineda, M. & Boronat Seguí, F. 2009. "*IPTV: La televisión por Internet*". Vértice.

¹⁰⁴ Los satélites utilizan frecuencias del espectro radioeléctrico para realizar transmisiones, donde las señales viajan de una estación terrestre a un satélite que orbita la Tierra y este retransmite la señal de regreso a la Tierra.

Los enlaces satelitales son de una menor capacidad relativa a la fibra óptica. La tasa máxima de transmisión posible es de 155 Mbps, aunque la oferta comercial suele ser mucho menor. Se requiere disponibilidad del espectro para ofrecer el servicio.

¹⁰⁵ En particular para la comunicación satelital, el CC también constituye la o las estaciones terrenas que operan de forma integrada y que cuentan con el equipo asociado de telemetría, rastreo y comando, para controlar la operación de uno o más satélites, conforme a sus parámetros técnicos aprobados, así como sus órbitas y transmisiones, y para evitar interferencias perjudiciales, según se señala en el artículo 2, fracción I del Reglamento de Comunicación Vía Satélite del uno de agosto de mil novecientos noventa y siete. En el mismo artículo, en su fracción V, se define a la estación terrena maestra, la cual está destinada a controlar los servicios de comunicación desde, hacia o entre otras estaciones terrenas de la red. Finalmente, en la fracción VI se define a la estación terrena terminal como aquella utilizada para transmitir o recibir señales de los servicios satelitales que se prestan.

- (123) Una vez que la señal ha sido tratada, el CC la transmite al satélite, el cual captura la señal, la amplifica y la retransmite de regreso a la Tierra para que los usuarios puedan captarla con las antenas proporcionadas por el proveedor. El componente final de la transmisión es el receptor, que se encuentra conectado entre la antena del usuario y el televisor, y con el cual se decodifica la señal.
- (124) Este tipo de tecnología permite que las señales lleguen a todo el territorio bajo la cobertura de la transmisión o "huella" del satélite, por lo que la distancia a la que se encuentren los usuarios no representa un problema. Esto hace que sea relativamente fácil agregar usuarios y penetrar en zonas rurales. Por otro lado, esta tecnología tiene la desventaja de que puede sufrir afectaciones en la calidad del servicio por las condiciones meteorológicas. Además, debido a la gran distancia que tiene que viajar la señal, existe un retraso en el arribo de las señales a su destino.¹⁰⁶

III.1.2.1.1.2. Características comunes de las tecnologías

- (125) Del análisis antes presentado, se desprenden algunas características comunes entre las diferentes tecnologías de transmisión:
- i. Todos los concesionarios que prestan el STAR reciben las señales de varios proveedores (canales de televisión radiodifundida, canales del STAR, entre otros) quienes usualmente hacen llegar dichas señales de forma cifrada.
 - ii. Los concesionarios proveedores del STAR, independientemente de su tecnología de transmisión, utilizan un CC para captar e integrar las señales y contenidos audiovisuales de los diferentes proveedores en sus distintos formatos.
 - iii. En el CC, la señal es decodificada, integrada o empaquetada y codificada de nuevo para su envío a los suscriptores, a través de los diferentes medios de transmisión.
 - iv. Los suscriptores deben contar con un aparato decodificador, así como con una conexión a la RPT del concesionario (ya sea a través de una antena satelital o de un cable) para acceder a la señal emitida por los diferentes concesionarios proveedores del STAR.
 - v. Todas las tecnologías de transmisión del STAR arrojan estándares de calidad equiparables, a pesar de las diferencias que presentan en términos de capacidad de transmisión, distancias que soportan y susceptibilidad a interferencia.

¹⁰⁶ El retraso puede ser de un cuarto o medio segundo.

- (126) En relación con la calidad del servicio que perciben los consumidores del STAR en sus diferentes tecnologías, la *Cuarta encuesta trimestral de 2018 a usuarios de servicios de telecomunicaciones* calcula un índice de calidad percibida para el STAR que toma en cuenta la calidad de la imagen y la continuidad en el servicio. Seguidamente, se muestran las calificaciones que obtuvieron en dichas variables, los proveedores del STAR que utilizan diferentes tecnologías, para el cuarto trimestre de dos mil dieciocho.

Tabla 5. Calificación en calidad de Imagen y continuidad en el servicio del índice de calidad percibida del STAR. Cuarto trimestre de 2018.

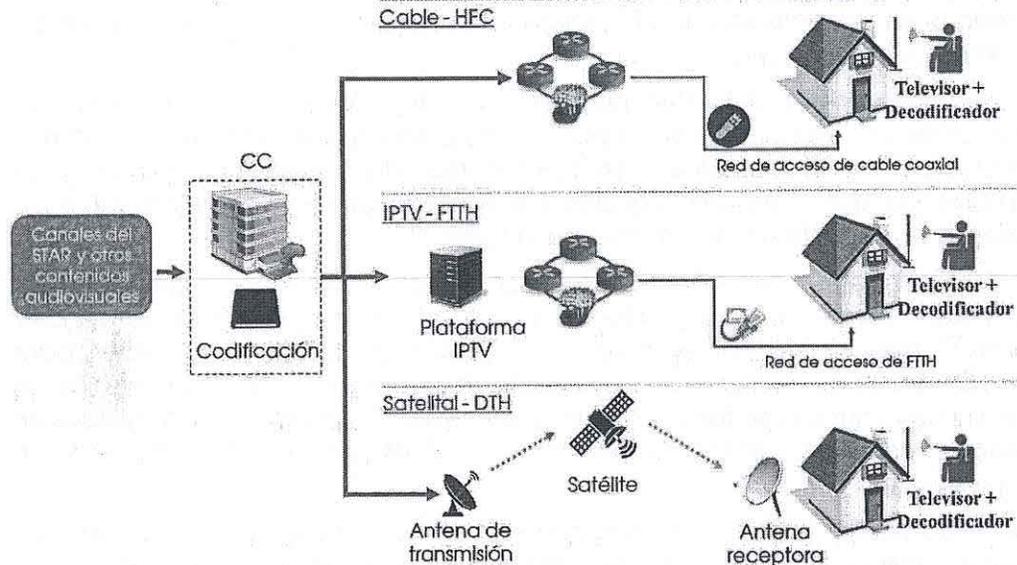
Variable	Dish (satelital)	GTV (satelital y cable)	Megacable (cable)	Total Play (IPTV)	Calificación máxima	Calificación mínima	Diferencia porcentual entre máximo y mínimo
Calidad de imagen	74.0	73.9	70.7	75.6	75.6	70.7	6.5%
Continuidad en señal del servicio	69.6	70.8	63.3	72.2	72.2	63.3	12.3%

Fuente: Elaboración propia con base en la Cuarta Encuesta Trimestral de 2018 a usuarios de servicios de telecomunicaciones, IFT. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 5226 del Expediente AI/DC-002-2019.

- (127) De la tabla anterior, se advierte que no existe una diferencia significativa en la calidad de la imagen y la continuidad de la señal del servicio que reciben los usuarios del STAR a través de las distintas tecnologías. Incluso, proveedores del STAR satelitales llegan a tener calificaciones de calidad superiores a proveedores de medios cableados. Lo anterior sugiere que la latencia y las posibles interferencias que puede sufrir la provisión del STAR vía satélite no afecta de forma importante la percepción del consumidor sobre la calidad del servicio y, por lo tanto, es un indicio de que el usuario percibe los servicios del STAR provistos a través de satélite y medios cableados como sustitutos.
- (128) En suma, es posible concluir que las tecnologías de transmisión disponibles señaladas anteriormente, permiten generar servicios de televisión y audio restringidos con características técnicas equivalentes para el usuario, de tal forma que este puede disfrutar de los servicios provistos con un nivel de satisfacción similar.

(espacio en blanco)

Figura 2. Transmisión de señales a través de cable, IPTV y satelital.



Fuente: Elaboración propia, con base en "Infraestructuras Comunes de Telecomunicación (ICT) y Radiocomunicaciones", Tomas Perales, Benito. Alfaomega Grupo. Así como en Lloret Mauri, J., García Pineda, M. & Boronat Seguí, F. 2009. "IPTV: La televisión por internet", Vértice.

III.1.2.1.1.3. Características comerciales

- (129) En la presente sección, se analizan las características de la oferta comercial y los modelos de negocios del STAR provisto a través de diferentes tecnologías, con el fin de determinar si los usuarios acceden a servicios similares.
- (130) Sin importar la tecnología que utilice el proveedor del STAR, los usuarios deben de establecer una relación contractual con el concesionario proveedor del servicio, mediante la cual se comprometen a realizar un pago periódico, recibiendo a cambio, el acceso a la oferta comercial contratada.¹⁰⁷
- (131) Una vez establecida la relación contractual, el concesionario, independientemente de la tecnología que utilice para proveer el STAR, hará la instalación de los elementos necesarios para que el suscriptor reciba el servicio en

¹⁰⁷ Los oferentes del STAR celebran contratos con los suscriptores para establecer las condiciones de provisión del servicio, entre ellas: un pago periódico, un plazo forzoso de contratación y penalizaciones en caso de una terminación anticipada de contrato. El servicio ofrecido bajo la marca comercial "VeTV" es un servicio de prepago satelital proporcionado por GTV, no obstante, incluso en este servicio, el cliente firma una "Carta aceptación de condiciones particulares prepago Ve TV ("Ve TV")", en la cual se establece como condición que "el SUSCRIPTOR se compromete y obliga, a cumplir durante su contrato con un mínimo de 12 recargas de servicio, mismas que pueden ser consecutivas o no consecutivas. En caso de que las recargas sean no consecutivas, el SUSCRIPTOR no podrá dejar pasar mas (sic) de 3 (tres) meses entre una recarga y otra", por lo cual se considera que cumple con esta característica del STAR. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 4338 a 4342 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

su domicilio. Por ejemplo, la instalación de una antena satelital o del cableado necesario para conectarse a la RPT del concesionario, así como la instalación de un aparato decodificador.

- (132) Todos los proveedores del STAR, no importa la tecnología de transmisión que utilicen, comercializan el servicio configurando paquetes de canales. Las ofertas comerciales de los proveedores del STAR parten de un paquete básico y los suscriptores pueden contratar canales adicionales de manera individual o en paquete, a cambio de un incremento en la tarifa.
- (133) Entre los paquetes de canales del STAR que ofrecen los proveedores, independientemente de su tecnología, se encuentran los paquetes de canales Premium,¹⁰⁸ tales como Fox Premium, HBO/Max y paquetes de canales para adultos. Estos canales incluyen programación de alto valor para las audiencias, sin censura ni espacios publicitarios. Los canales Premium pueden ser contratados en paquetes configurados por los proveedores del STAR, o *a la carta*, realizando un pago adicional.
- (134) Los proveedores del STAR, independientemente de su tecnología, también pueden ofrecer el servicio de video bajo demanda (o *Pay-Per-View*, por su término en inglés), el cual permite acceder a un conjunto de contenidos audiovisuales como eventos deportivos en vivo, conciertos o películas de reciente lanzamiento. Para acceder a este servicio se debe pagar una tarifa adicional.
- (135) Asimismo, la mayoría de los proveedores del STAR, tanto los satelitales como los que utilizan medios cableados, proporcionan de manera gratuita el acceso a algunos contenidos audiovisuales de los programadores, a través de aplicaciones de internet (tales como Fox Premium, ESPN Play, HBO Go, Hot Go, TNT Go, Space Go y CN Go). El usuario puede acceder a estos contenidos audiovisuales a través de diversos dispositivos (como un ordenador personal, tableta o teléfono inteligente) en cualquier lugar que cuente con el servicio de acceso a internet de banda ancha. El acceso se da de manera gratuita, siempre y cuando el suscriptor lleve a cabo un proceso de validación en el que acredite que tiene contratado un paquete del STAR que incluye los canales de televisión del programador correspondiente.
- (136) Los proveedores del STAR, independientemente de la tecnología que empleen para brindar el servicio, facilitan el acceso al público en general a los servicios OTT de suscripción de terceros, tales como *Netflix*, *Crackle*, *HBO Go* y *Fox Premium*. En este caso, los proveedores del STAR funcionan como comercializadores de estos

¹⁰⁸ Los canales "Premium" se caracterizan por incluir programación de alto valor para las audiencias, sin censura y sin publicidad. Los proveedores del STAR utilizan los canales "Premium" para configurar paquetes dirigidos a los usuarios que están dispuestos a pagar una cantidad adicional para acceder a contenidos exclusivos o de reciente estreno. En esta categoría de canales se encuentran aquellos que se incluyen en paquetes que se contratan por una cuota adicional a la tarifa de los paquetes básicos.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

servicios OTT [REDACTED]

[REDACTED]. Tal es el caso de Dish (que provee el STAR a través de tecnología satelital), Total Play (que provee el STAR a través de IPTV) y GTV (a través de su marca comercial IZZI, que provee el STAR a través de cable).^{109,110}

- (137) Por último, los proveedores del STAR de todas las tecnologías suelen incluir contenidos exclusivos en sus ofertas comerciales, tales como eventos deportivos o conciertos. Los contenidos exclusivos pueden proveerse de manera gratuita a suscriptores de determinados paquetes o, en su caso, a través del cobro de una tarifa adicional.
- (138) La Figura 3 muestra que los elementos que componen la oferta comercial del STAR son similares, sin importar el tipo de tecnología que se utilice para proveer el servicio. En general, los proveedores del STAR ofrecen paquetes cuyo precio se incrementa conforme aumenta el número de canales, y brindan a los usuarios la opción de contratar, de manera adicional: canales Premium, servicios OTT y, en algunos casos, contenidos exclusivos.

(espacio en blanco)

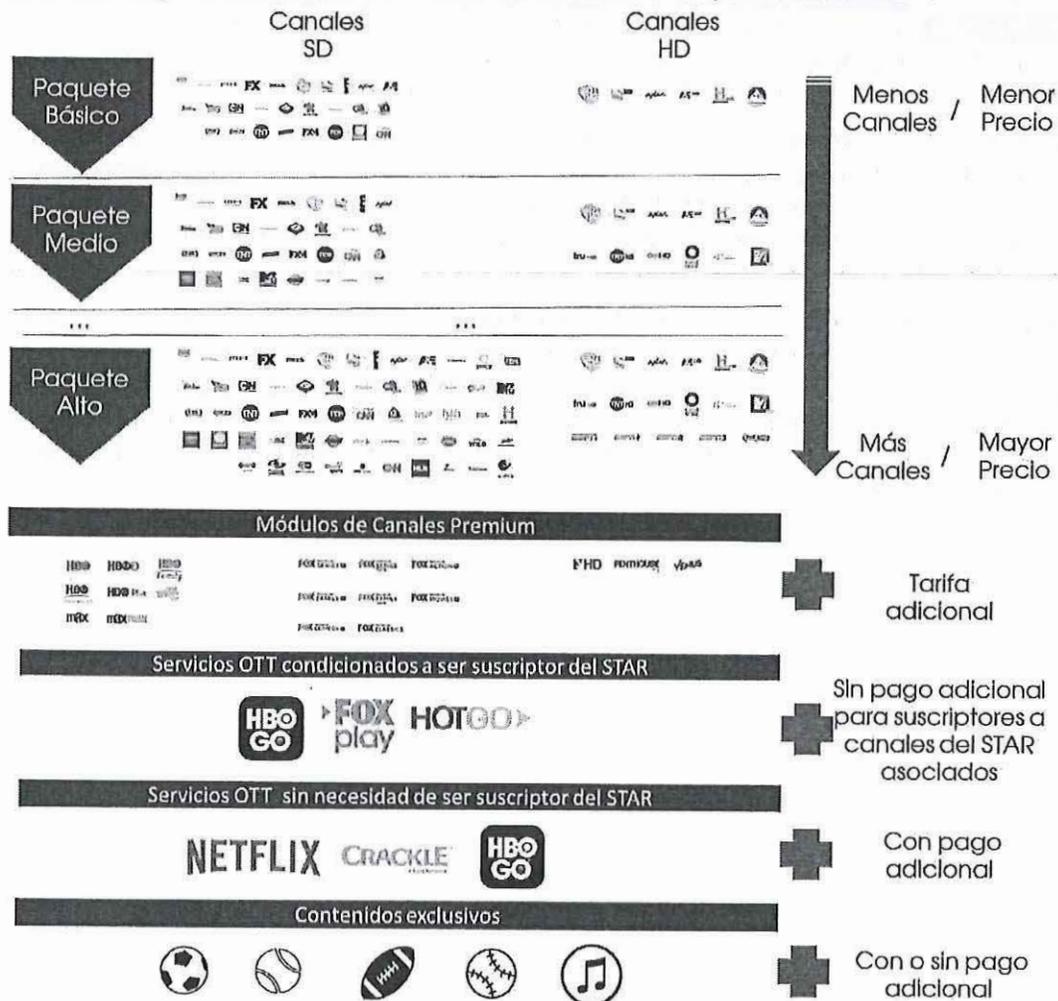
¹⁰⁹ Al respecto, en el portal de Dish OTT se señala lo siguiente: "Dish OTT es un servicio disponible para todo público, sin necesidad de tener contratado un sistema de tv de paga; para disfrutar de la programación 100% premium de HBO GO y FOX PREMIUM en sus computadoras y dispositivos móviles". Total Play señaló que "[REDACTED]

[REDACTED]". GTV manifestó que comercializa el servicio de Netflix, por lo cual cobra [REDACTED]

[REDACTED], Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 257 a 262, 1077, 1128, 1978, 1981, 2021 a 2162 y 3416 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹¹⁰ De acuerdo al Reporte Anual GTV 2018, "[e]n noviembre de 2014, la Compañía lanzó una oferta comercial unificada bajo la marca IZZI TV, la marca principal de la Compañía para clientes residenciales, el cual ofrece un revolucionario paquete de double-play con servicios de telefonía ilimitada y acceso a datos de alta velocidad. (...) Las compañías de cable de la Compañía también continúan comercializando los servicios de telecomunicaciones a través de sus marcas originales en algunas de sus zonas de cobertura." Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 262 del Expediente AI/DC-002-2019.

Figura 3. Conformación de ofertas comerciales de los proveedores del STAR.



Fuente: Elaboración propia con base en información de las ofertas comerciales publicadas en las páginas de Internet de Sky, Dish, Star Group, Total Play, Axtel, IZZI y Megacable. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 155, 217, 262, 757, 4343 a 4360, 5007 y 5013 del Expediente AI/DC-002-2019.

(139) Los proveedores del STAR, independientemente de su tecnología, procuran ofrecer, además de los canales de televisión radiodifundida,¹¹¹ canales del STAR de

¹¹¹ Respecto a los canales de televisión radiodifundida, es importante señalar que, conforme al artículo 164 de la LFTyR, los concesionarios están obligados a permitir la retransmisión de sus canales de televisión radiodifundida por parte de los concesionarios que proveen el STAR en las zonas de cobertura en las que coinciden sus señales, por lo cual, los proveedores del STAR pueden incluir estos canales en sus ofertas comerciales.

todas las categorías (deportes, entretenimiento, fácticos, infantil, música, noticias, películas y series) en sus paquetes básicos, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 6. Ofertas comerciales básicas de los proveedores del STAR.

Categoría	Canal del STAR	Nombre del paquete						
		Básico (Axtel) ^{1a}	Básico (Dish) ^{1b}	Básico Plus (Megacable) ^{1c}	Diviértete (Total Play) ^{1d}	Nova (Star Group) ^{1e}	IZZIV XP (ZZI -GTV) ^{1f}	VeTV (VeTV -GTV) ^{1g}
Deportivos	ESPN	X	X	X	X	X	X	X
	ESPN 2	X	X	X	X	X	X	X
	ESPN 3	X	X	X			X	
	Fox Sports	X	X	X	X	X	X	X
	Fox Sports 2	X	X	X	X	X	X	X
	Fox Sports 3		X	X			X	
	NFL Network			X			X	X
	TVC Deportes		X	X				
Entretenimiento	Comedy Central		X	X			X	
	Distrifo Comedia				X	X	X	X
	El Gourmet			X			X	
	Telemundo			X			X	X
	Tlnovelas				X		X	X
	Unicable				X		X	X
Fácticos	A&E	X	X	X	X	X	X	X
	Discovery Channel	X	X	X	X		X	X
	Discovery Home & Health	X	X	X	X		X	X
	E! Entertainment	X	X	X	X	X	X	X
	History	X	X	X	X		X	X
	Marlavislon	X		X	X			X
	MTV	X	X	X		X	X	X
	National Geographic	X	X	X	X	X	X	X
	National Geographic Wild		X				X	
Travel & Living Channel		X	X			X		
Infantiles	Cartoon Network	X	X	X	X	X	X	
	Discovery Kids	X	X	X	X		X	X
	Disney Channel	X	X	X		X	X	X
	Disney Junior	X	X	X	X	X	X	
	Disney XD	X	X	X	X		X	X
	Nat Geo Kids			X	X		X	
	Nickelodeon	X	X	X		X	X	X
Musicales	Banda Max				X	X	X	X



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

Categoría	Canal del STAR	Nombre del paquete						
		Básico (Axtel) ^{1a}	Básico (Dish) ^{1b}	Básico Plus (Megacable) ^{1c}	Divertete (Total Play) ^{1d}	Nova (Star Group) ^{1e}	IZZIV XP (IZZI -GTV) ^{1f}	VeTV (VeTV -GTV) ^{1g}
	ExaTV		X					
	MTV Hits						X	
	Nu Music		X					
	Ritmoson				X	X		
	Telehit				X	X	X	X
	Teleritmo	X	X					
	Videorola		X	X				
Noticias	CNN En Español	X	X	X		X	X	
	Excelsior TV				X			
	Milenio TV		X		X	X	X	
	Telefórmula			X	X		X	
Películas y series	AMC				X		X	X
	AXN	X	X	X	X	X	X	
	Cine Latino		X	X				
	Cinecanal		X				X	
	Cinemax	X	X	X	X	X	X	X
	De Película					X	X	X
	Edge				X	X	X	X
	Fox Channel	X	X	X	X	X	X	X
	Fox Life	X	X	X		X	X	
	FX	X	X	X		X	X	X
	FXM	X	X	X		X	X	
	Golden				X	X	X	X
	Lifetime	X	X		X		X	
	Paramount Channel		X	X			X	
	Sony	X	X	X	X		X	X
	Space	X	X	X	X	X	X	X
	Studio Universal	X	X	X			X	
	TBS Very Funny	X	X		X	X	X	
	TNT	X	X	X	X	X	X	
	TNT Series	X	X	X	X	X	X	
Universal	X	X	X		X	X		
Warner	X	X	X	X	X	X	X	

Notas:

^{1a} Con base en la lista de canales de televisión que se identifican en la tarifa con número de inscripción 171544, disponible en municipios de los estados de Guanajuato, Jalisco, México, Puebla, y Querétaro. Oferta con 68 (sesenta y ocho) canales del STAR.

^{1b} Con base en la lista de canales de televisión que se identifican en la tarifa con número de inscripción 228878, disponible a nivel nacional. Oferta con 57 (cincuenta y siete) canales en definición estándar (o SD, por sus siglas en Inglés) y 0 (cero) canales en alta definición (o HD, por sus siglas en Inglés).

^{1c} Con base en la lista de canales de televisión que se identifican en la tarifa con número de inscripción 194525, disponible en todas las localidades donde Megacable tiene presencia. Oferta con 90 (noventa) canales SD y 0 (cero) canales HD.

^{1d} Con base en la lista de canales de televisión que se identifican en la tarifa con número de inscripción 203889, disponible a nivel nacional. Oferta con 21 (veintiún) canales SD y 59 (cincuenta y nueve) canales HD.

^{1e} Con base en la lista de canales de televisión que se identifican en la tarifa con número de inscripción 170572, disponible a nivel nacional. Oferta con 56 (cincuenta y seis) canales SD y 0 (cero) canales HD.

^{1f} Con base en la lista de canales de televisión que se identifican en la tarifa con número de inscripción 235278, disponible en municipios del Estado de Querétaro. Oferta con 103 (ciento tres) canales SD y 67 (sesenta y siete) canales HD.

^{1g} Con base en la lista de canales de televisión que se identifican en la tarifa con número de inscripción 261070, disponible a nivel nacional. Oferta con 74 (setenta y cuatro) canales SD y 0 (cero) canales HD.

^{1h} La lista de canales mostrada en la tabla no corresponde a la totalidad de canales de cada paquete, únicamente se muestran los canales en los que existe mayor coincidencia entre paquetes.

- (140) Adicionalmente, se advierte que los concesionarios proveedores del STAR, en general, utilizan los mismos canales de comercialización para acceder a los consumidores, independientemente de la tecnología de transmisión que utilicen. Por ejemplo, cambaceo, módulos o puntos de venta, *telemarketing*, entre otros.¹¹²
- (141) Cabe señalar que, según lo manifestado por los propios concesionarios, estos se perciben como competidores, sin importar el medio de transmisión que utilicen.¹¹³
- (142) De lo anterior se advierte que, los oferentes del STAR, independientemente de la tecnología de transmisión que utilicen para proporcionar el servicio, han configurado ofertas comerciales que incluyen diversos canales, contenidos y servicios adicionales con el fin de captar el mayor número de clientes, los cuales tienen gustos heterogéneos.

III.1.2.1.1.4. Aspectos Normativos

- (143) Al ser el STAR un servicio de telecomunicaciones, sus oferentes, independientemente de la tecnología de transmisión que utilicen, requieren de una concesión única, de conformidad con lo establecido en el artículo 66 de la LFTyR. En el caso de los proveedores del STAR vía satélite, estos no adquieren una concesión de espectro radioeléctrico para la prestación del servicio, sino que deben contratar con un tercero los recursos orbitales que requieran. En el caso de los oferentes del STAR vía cable, a fin de desplegar sus redes cableadas, deben

¹¹² Por ejemplo, el Reporte Anual de GTV 2017 (p. 62) señala que Sky "cuenta con aproximadamente 1,006 puntos de venta". Por su parte, el Reporte Anual de Megacable 2018 (pp. 35 y 36), señala que esta empresa utiliza centros de atención a clientes, ventas y pagos, centros de atención telefónica y ventas a domicilio para promocionar sus servicios. (p.13). Foljas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 69 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹¹³ Foljas 1827 a 1834 del Expediente. Foljas 6157 y 6158 del Expediente AI/DC-002-2019.

cumplir con los requisitos que establecen los gobiernos locales en materia de licencias, autorizaciones, permisos y pago de derechos de vía.

III.1.2.1.2. Sustitución por el lado de la demanda

(144) A partir del análisis presentado en las secciones anteriores, es posible concluir que el STAR vía satélite y el STAR provisto por medios cableados (cable coaxial y fibra óptica) se consideran sustitutos desde la perspectiva del consumidor, en virtud de que en todos los casos:

- i. Los usuarios tienen acceso a contenidos similares, pues los diferentes tipos de concesionarios proveen paquetes de canales con una mezcla variada de contenidos que incluyen diferentes categorías, así como algunos canales de alto nivel de audiencia.
- ii. Las opciones de contratación (paquete básico, canales adicionales, video bajo demanda y servicios añadidos) y los canales de comercialización a través de los cuales se contrata el STAR son equivalentes.
- iii. Los consumidores deben establecer una relación contractual con el concesionario que les permita conectarse a su RPT y obtener del proveedor del servicio un equipo decodificador para acceder al servicio. A su vez, los consumidores se comprometen a realizar un pago de manera periódica.
- iv. Los consumidores perciben niveles de calidad similares (por ejemplo, en términos de definición de la imagen y continuidad del servicio), independientemente de la tecnología de transmisión que utilice el proveedor del STAR, por lo que el nivel de satisfacción que le reporta el consumo de contenidos a través de distintas tecnologías es equiparable.

III.1.2.1.3. Sustitución por el lado de la oferta

(145) En relación con la sustitución de las tecnologías de transmisión del STAR por el lado de la oferta, se advierte que la transmisión vía cable y satelital presentan diferencias en términos de cobertura y economías de alcance. La transmisión vía cable, por lo general tiene un menor grado de cobertura que la satelital; sin embargo, ofrece mayores posibilidades para proveer más servicios de telecomunicaciones que la satelital. En este sentido, se observa un contraste respecto a la sustitución por el lado de la demanda.

(146) No obstante lo anterior, toda vez que: i) en la presente investigación se busca analizar los efectos en materia de competencia en los municipios de la Operación; ii) los suscriptores del STAR en los municipios de la Operación consumen el servicio utilizando las diferentes tecnologías de transmisión, y iii) los mismos proveedores del STAR (satelitales y cableros) se perciben como competidores, es adecuado

considerar que las diferentes tecnologías forman parte del mismo mercado relevante, ya que existe una elevada sustitución entre el STAR satelital y el STAR ofrecido por medios cableados (cable coaxial y fibra óptica).

III.1.2.2. Sustitución entre el servicio de televisión radiodifundida y el STAR

- (147) A continuación, se analiza el STVR con el fin de determinar si constituye un sustituto del STAR. Para ello se presenta una breve descripción del STVR para después evaluar la sustitución por el lado de la demanda y de la oferta.

III.1.2.2.1. Descripción del servicio de televisión radiodifundida

- (148) La LFTyR en su artículo 3, fracción LIV, define el servicio de radiodifusión, de la siguiente manera:

Radlodifusión: Propagación de ondas electromagnéticas de señales de audio o de audio y video asociado, haciendo uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencia del espectro radioeléctrico, incluidas las asociadas a recursos orbitales, atribuidas por el Instituto a tal servicio, con el que la población puede recibir de manera directa y gratuita las señales de su emisor utilizando los dispositivos idóneos para ello; (...)
(Énfasis añadido)

- (149) En este sentido, el STVR tiene la particularidad de que su provisión requiere del espectro radioeléctrico y que los consumidores pueden acceder a ella de manera directa y gratuita.
- (150) Al igual que el STAR, el STVR puede analizarse como una plataforma de dos lados en la que interactúan dos tipos de clientes, por un lado, los televidentes que desean acceder a contenidos audiovisuales y, por el otro, los anunciantes que desean acceder a las audiencias para transmitirles sus mensajes publicitarios. No obstante, debido a la obligación de proporcionar el STVR de forma gratuita a los televidentes, los concesionarios que proveen el STVR únicamente pueden obtener ingresos del lado de los anunciantes, por lo que la provisión del servicio se financia principalmente de la venta de tiempo para publicidad a los anunciantes. Lo anterior, a diferencia de los concesionarios del STAR que obtienen ingresos del pago periódico que realizan sus suscriptores.
- (151) El STVR permite a los consumidores acceder a canales de televisión que programan un conjunto de contenidos audiovisuales en un horario determinado. Los contenidos audiovisuales son variados, como, por ejemplo, noticias, deportes, telenovelas, música, etc. Algunos ejemplos de canales de televisión radiodifundida son los canales 2, 5, 9 (pertenecientes a GTV); así como 1 (antes 13) y 7 de Televisión Azteca (pertenecientes al Grupo Salinas), los cuales tienen cobertura nacional, a

través de repetidoras en varias localidades del país.¹¹⁴ También existen canales de televisión radiodifundida de alcance local,

- (152) Los proveedores del STVR pueden tener una concesión de uso comercial, público o social.¹¹⁵ Los concesionarios de televisión radiodifundida pública y social en México tienen prohibido explotar o prestar el servicio de televisión radiodifundida con fines de lucro.¹¹⁶ Por lo anterior, el presente análisis se enfoca en la televisión comercial.
- (153) A continuación, se analiza la posible sustitución entre el STVR y el STAR, tanto desde la perspectiva de la demanda como de la oferta.

III.1.2.2.2. Sustitución por el lado de la demanda

- (154) El consumidor del STVR no realiza un pago monetario por acceder al servicio, en cambio, para que los usuarios puedan acceder al STAR deben establecer una relación contractual con el proveedor del servicio y comprometerse a realizar un pago de manera periódica. Asimismo, el concesionario del STAR restringe el acceso a los usuarios a través de un dispositivo decodificador,
- (155) Los consumidores del STAR están dispuestos a pagar por el servicio ya que les permite acceder a un mayor número de contenidos audiovisuales y de mayor valor que el STVR.¹¹⁷ Es importante señalar que los usuarios del STAR pueden acceder a los canales de televisión radiodifundida a través del STAR, en virtud de la obligación de los concesionarios del STVR de poner sus señales a disposición de los concesionarios del STAR para que sean difundidas (*must offer*), así como la obligación de los concesionarios del STAR de retransmitir la señal de televisión abierta en sus sistemas (*must carry*).¹¹⁸ Es decir, los contenidos audiovisuales a los

¹¹⁴ En términos de audiencia, para el mes de mayo de dos mil diecinueve, estos cinco canales de televisión acapararon el [REDACTED] del total de audiencia, en términos de personas (se toma en cuenta la información de *share*, que es el porcentaje de participación de encendidos que corresponde a cada canal o estación, tomando el universo de las personas con acceso al STVR, pero sin acceso al STAR). Fuente: Nielsen IBOPE. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3294 a 3297 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹¹⁵ De acuerdo con el artículo 76 de la LFTyR, las concesiones sobre el espectro radioeléctrico y los recursos orbitales pueden ser: para uso comercial, para uso público, para uso privado y para uso social.

¹¹⁶ Véase el artículo 76, fracción II y IV de la LFTyR.

¹¹⁷ Las ofertas comerciales de los proveedores del STAR, además de incluir canales de televisión radiodifundida, cuentan con canales de deportes, entretenimiento, fácticos, infantil, música, noticias, películas y series. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1981, 2162, 2354, 2513, 3168, 3543, 4013, 4981, 6343 del Expediente AI/DC-002-2019. Véase Tabla 6.

¹¹⁸ La fracción I, del artículo octavo transitorio del Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la CPEUM, en materia de telecomunicaciones, establece que: "Los concesionarios que presten servicios de televisión radiodifundida están obligados a permitir a los concesionarios de televisión restringida la retransmisión de su señal, de manera gratuita y no discriminatoria, dentro de la misma zona de cobertura geográfica, en forma íntegra, simultánea y sin modificaciones, incluyendo la publicidad y con la misma calidad de la señal que se radiodifunde. Los concesionarios que presten servicios de televisión restringida están obligados a retransmitir la señal de televisión radiodifundida, de manera gratuita y no discriminatoria, dentro de la misma zona de cobertura geográfica, en forma íntegra, simultánea y sin modificaciones, incluyendo la

que pueden acceder los usuarios del STVR son un subconjunto de los contenidos audiovisuales a los cuales puede acceder un usuario del STAR. Por lo anterior, se considera que un usuario no podría sustituir un servicio que le brinda acceso a más y mejores contenidos audiovisuales (el STAR) con un servicio con menores contenidos audiovisuales y al que puede acceder de manera gratuita (STVR).

(156) A su vez, el marco normativo impone diferentes restricciones sobre las características de los contenidos audiovisuales que se transmiten a través del STVR y el STAR. (por ejemplo, en relación con el idioma y la cantidad de programación nacional) ¹¹⁹ así como sobre la cantidad de publicidad que se puede incluir en cada servicio (siendo esta última mayor en el caso del STVR que en el STAR).¹²⁰ Estas disposiciones establecidas en el marco normativo, afectan la experiencia del usuario, y son un elemento más que puede hacer que los usuarios no perciban a ambos servicios como sustitutos.

(157) Así, se concluye que, desde la perspectiva de la demanda, tomando en cuenta factores comerciales, económicos y regulatorios, el STVR y el STAR no se consideran como sustitutos, ya que se trata de servicios que, por sus características, corresponden a mercados distintos.

III. 1.2.2.3. Sustitución por el lado de la oferta

(158) La sustitución por el lado de la oferta considera la posibilidad de que empresas que ofrecen el STVR puedan ofrecer el STAR, con la tecnología disponible, con costos

publicidad y con la misma calidad de la señal que se radiodifunde, e incluirla sin costo adicional en los servicios contratados por los suscriptores y usuarios". Véase también los artículos 164 y 165 de la LFTyR, así como los "Lineamientos generales en relación con lo dispuesto por la fracción I del artículo octavo transitorio del Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en Materia de Telecomunicaciones".

¹¹⁹ Por ejemplo, la LFTyR, para el caso del STVR, señala que: (i) el contenido debe transmitirse en idioma español o substituído, y únicamente en casos excepcionales se podrá autorizar el uso de idiomas extranjeros (artículo 230 LFTyR); (ii) que la programación diaria que utilice la actuación personal, deberá incluir un mayor tiempo cubierto por mexicanos (artículo 249 LFTyR); (iii) que deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias en cada estación y por cada canal de programación, con una duración de hasta treinta minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de interés social (artículo 251 y 252 de la LFTyR); (iv) que deberá transmitirse el Himno Nacional a las seis y veinticuatro horas, y en el caso de la televisión, además, simultáneamente la imagen de la bandera nacional (artículo 253 de la LFTyR); (v) que deberá encadenar las estaciones de radio y canales de televisión en el país cuando se trate de transmitir informaciones de trascendencia para la Nación, a juicio de la Secretaría de Gobernación (artículos 254, 255 de la LFTyR), y (vi) que el servicio deberá satisfacer los derechos de las audiencias (artículo 256 de la LFTyR); restricciones que no establece la LFTyR para el contenido que se transmite en el STAR.

¹²⁰ Para el caso de los concesionarios que proveen el STAR, podrán transmitir, diariamente y por canal, hasta seis minutos de publicidad en cada hora de transmisión. Para efectos del cálculo correspondiente, no se considerará la publicidad contenida en las señales de radiodifusión que sean retransmitidas ni los promocionales propios de los canales de programación, y los canales dedicados exclusivamente a programación de oferta de productos, estarán exceptuados del límite señalado en el inciso anterior (artículo 237, fracción II de la LFTyR). Por su parte, para el servicio de televisión abierta, el tiempo destinado a publicidad comercial no excederá del dieciocho por ciento del tiempo total de transmisión por cada canal de programación (diez punto ocho minutos por cada hora de transmisión) (artículo 237, fracción I, de la LFTyR).



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

no apreciables, y en un periodo corto. Esta posibilidad es limitada, dadas las características tecnológicas, el entorno normativo y los modelos de negocio bajo los cuales actúan los proveedores de ambos servicios. Un proveedor del STVR tendría que realizar ajustes importantes en su infraestructura y modelo de negocio para proveer el STAR.

- (159) En cuanto al modelo de negocio, si bien ambos servicios pueden analizarse como plataformas de dos lados que sirven tanto a anunciantes como a televidentes, en el caso del STVR la principal fuente de ingresos es la venta de tiempo para publicidad, en virtud de la obligación de proveer el servicio de manera gratuita a los televidentes, mientras que en el STAR, los ingresos provienen principalmente de las suscripciones.¹²¹
- (160) De esta manera, un proveedor del STVR que quiera comenzar a proveer el STAR debe realizar modificaciones al modelo de negocio, entre otras, desarrollar canales de venta y comercialización del servicio para captar suscriptores, desarrollar los sistemas de facturación y cobranza correspondientes, contratar los derechos de transmisión de los canales del STAR y, en su caso, de los contenidos audiovisuales exclusivos que vaya a incluir en su oferta comercial, que resulten atractivos para sus suscriptores, así como codificar la señal, invertir en aparatos decodificadores e instalarlos en los domicilios de los suscriptores.
- (161) La infraestructura necesaria para proveer cada uno de los dos servicios analizados es distinta. El STVR se distribuye a través de ondas del espectro radioeléctrico, las cuales son captadas directamente por la antena de televisión de cualquier usuario. Por su parte, el STAR constituye un servicio de telecomunicaciones de acceso restringido, que se puede brindar a través de diversas tecnologías (satelital, cable o IPTV).
- (162) De esta manera, un proveedor del STVR tendría que desplegar una RPT para poder proveer el STAR. Esto implica el despliegue de una red cableada hasta el domicilio del suscriptor (en caso de proveer el servicio a través de cable o IPTV), o en su defecto, la renta de capacidad satelital (en caso de proveer el servicio a través de la tecnología DTH). Adicionalmente, es necesario obtener los permisos y licencias requeridos por las autoridades federales, estatales y municipales para desplegar la red y proveer el servicio. Lo anterior puede tomar tiempo y recursos económicos considerables.

¹²¹ Por ejemplo, en el caso de GTV y Megacable, durante dos mil dieciocho, los ingresos por venta de tiempo para publicidad en el STAR representaron [REDACTED], respectivamente, respecto a los ingresos totales que perciben estos oferentes por la provisión del STAR (el resto de los ingresos los generaron por el cobro de suscripciones y otros servicios relacionados al STAR, tales como video bajo demanda o pago por evento, la provisión del STAR en televisiones adicionales, los servicios o aplicaciones que permiten a los suscriptores del STAR acceder de forma simultánea a través de Internet al contenido audiovisual transmitido en el STAR, entre otros). Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1917, 1981, 3815 a 3818 y 3878 del AI/DC-002-2019.

- (163) En suma, un proveedor del STVR tendría que desarrollar un nuevo canal para distribuir el servicio y modificar su modelo de negocio para proveer el STAR. En particular tendría que codificar su señal, instalar equipos en los domicilios de los usuarios para que estos puedan acceder al servicio. Además, tendría que desarrollar nuevos canales de comercialización y entablar una relación contractual con el usuario, lo cual conlleva restricciones físicas y normativas que le impedirían hacerlo en un período corto. Asimismo, debería desplegar una RPT (ya sea a través de medios cableados o satelital) para poder proveer el servicio. Estas limitaciones harían que un proveedor de televisión radiodifundida no pudiera disciplinar a un proveedor del STAR ante un aumento en el precio.

III.1.2.3. Sustitución entre el servicio de provisión de video a través de Internet y el STAR

- (164) A continuación, se analiza el servicio OTT (del inglés *Over-the-top*)¹²² con el fin de determinar si constituye un posible sustituto del STAR. Para llevar a cabo esta evaluación se presenta una breve descripción del servicio y posteriormente se evalúan sus características. El análisis de sustitución se lleva a cabo tanto por el lado de la demanda como de la oferta.

III.1.2.3.1. Descripción del servicio OTT

- (165) Los servicios OTT pueden definirse como aquellos servicios de video que se transmiten sobre plataformas de Internet y que no necesariamente son provistos por los operadores tradicionales de telecomunicaciones.
- (166) Los servicios OTT requieren de un dispositivo terminal con acceso a Internet. Por ejemplo, computadoras, teléfonos inteligentes, consolas de videojuegos, tabletas o televisores inteligentes. La calidad con la que los usuarios pueden disfrutar de los contenidos audiovisuales depende de la velocidad y capacidad del servicio de acceso a Internet con la que se accede a los servicios OTT.¹²³
- (167) Por lo general, el contenido audiovisual que proveen los servicios OTT se compone de catálogos de series y películas y, en algunos casos, se incluyen canales de televisión.

¹²² El término OTT, en principio, considera cualquier implementación que utilice Internet para dar algún servicio, por ejemplo, mensajería instantánea. Para la presente sección, se limitará OTT a cualquier implementación para distribuir contenido audiovisual a través de Internet.

¹²³ Por ejemplo, Netflix recomienda las siguientes velocidades de descarga de Internet por *stream* para reproducir series y películas disponibles en su plataforma: i) 0,5 megabits por segundo: velocidad de conexión de banda ancha requerida; ii) 1,5 megabits por segundo: velocidad de conexión de banda ancha recomendada; iii) 3 megabits por segundo: velocidad recomendada para calidad SD; iv) 5 megabits por segundo: velocidad recomendada para calidad HD, y v) 25 megabits por segundo: velocidad recomendada para calidad Ultra HD. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4585 del Expediente AI/DC-002-2019.

- (168) Para proveer un servicio OTT los oferentes requieren, principalmente, de infraestructura computacional y de almacenamiento (propia o arrendada); una plataforma para gestionar dichos recursos computacionales, y desarrollar las aplicaciones mediante las cuales los usuarios podrán utilizar diferentes dispositivos finales para recibir el servicio.
- (169) El proveedor da tratamiento a los contenidos de tal forma que los pone en medios de almacenamiento en línea a disposición de los usuarios, quienes utilizan la RPT de un tercero para conectar sus dispositivos a Internet y así acceder al contenido audiovisual deseado.

Figura 4. Diagrama técnico de prestación del servicio OTT.



Fuente: Elaboración propia con base en Información que obra en el expediente, Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 4580 del Expediente AI/DC-002-2019.

- (170) De esta manera, el área de cobertura de un proveedor OTT está en función de la disponibilidad de un servicio de acceso a internet de banda ancha con suficiente capacidad para recibir video con una calidad aceptable, a diferencia del STAR, cuya área de cobertura depende del tamaño de la RPT de cada proveedor.
- (171) En general, los servicios OTT se pueden dividir de acuerdo con su modelo de negocio y el tipo de contenido audiovisual que ofrecen. El modelo de negocio puede ser:
- i. **Transaccional:** El usuario paga en función de la cantidad de contenidos audiovisuales consumidos (el pago puede ser por la renta del contenido audiovisual por un tiempo determinado o por la compra del mismo). Ejemplos de estos OTT son *ITunes*, *Google Play* y *Cinépolis Klic*.¹²⁴ Este tipo de OTT ofrece un menor número de horas de contenido con respecto al STAR.¹²⁵

¹²⁴ Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 4580 y 4586 a 4587 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹²⁵ Considere que un usuario destina \$206 (doscientos seis pesos 00/100 M.N.) (el precio del paquete denominado Dish Básico, uno de los más económicos en el mercado) a la renta de películas a través de Internet. Con esta cantidad, y considerando el precio de renta de una película de \$25 (veinticinco pesos 00/100 M.N.) (el precio más económico en el servicio de Cinépolis Klic), el usuario únicamente podría rentar ocho películas a través de un servicio OTT, que representarían alrededor de 24 (veinticuatro) horas de contenidos audiovisuales, muy inferior a la cantidad de contenido a la que tendría acceso durante un mes a través de los 57 (cincuenta y siete) canales del STAR. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 4580 y 4852 a 4854 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

Asimismo, el número de categorías de contenidos audiovisuales que brindan es limitado con respecto al STAR (tales como deportes, entretenimiento, fácticos, infantil, música, noticias, películas y series). Por último, el tiempo durante el cual el usuario puede disfrutar el contenido varía con respecto al STAR.¹²⁶

Toda vez que los servicios OTT del tipo transaccional no proporcionan la misma cantidad y tipo de contenidos, y el tiempo que los usuarios pueden disfrutar de los mismos varía con respecto al del STAR, se considera que no son posibles sustitutos del STAR.

- ii. **Respaldo por publicidad:** El contenido audiovisual se pone a disposición de los usuarios de manera gratuita y se financia con publicidad. El ejemplo más representativo de este modelo de negocio es el servicio gratuito de YouTube que incluye publicidad. En México, esta plataforma es la más usada por las personas que utilizan el internet para ver contenidos audiovisuales,¹²⁷ razón por la cual se emplea en la presente sección para contrastar las características de este tipo de servicios OTT con el STAR.

La oferta de contenidos de los OTT respaldados por publicidad se compone de variedad de clips de películas, programas de televisión y videos musicales, así como contenidos amateur tipo *video blogs*, todos los cuales son contenidos no lineales. Debido a que la mayoría de los contenidos son producidos por los propios usuarios, y existen pocas restricciones y controles para subir y compartir videos, la calidad de los contenidos audiovisuales suele ser baja en comparación con las producciones profesionales que generan las empresas que proveen contenidos audiovisuales a los oferentes del STAR, tanto nacionales (como GTV y Grupo Salinas) como internacionales (como *The Walt Disney Company*, *Twenty-First Century Fox, Inc.*, *Discovery Networks, S.L.* y *Time Warner, Inc.*). La diferencia en la calidad de los contenidos abona a que los usuarios no consideren este tipo de servicios como sustitutos del STAR.

¹²⁶ Al realizar el pago por el STAR el usuario puede disfrutar el servicio por un periodo de tiempo, que generalmente es de un mes. En cambio, en el servicio de renta de contenidos audiovisuales a través de internet el usuario puede ver el contenido por solo algunos días (en el caso de Cinépolis Klic se señala que el usuario puede ver cuantas veces quiera el contenido en las 48 (cuarenta y ocho) horas posteriores de haber iniciado la reproducción del contenido). En el caso de la compra de los contenidos audiovisuales a través de internet, el usuario puede descargarlo en sus equipos y disfrutar de él por un periodo indefinido. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4580 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹²⁷ De acuerdo con la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2017, el 75% de las personas que utilizan el internet para acceder a contenidos audiovisuales utiliza la plataforma de YouTube (servicio con publicidad). Otras plataformas que proveen contenidos audiovisuales y que incluyen publicidad fueron mencionadas por un bajo porcentaje de personas, tales como el portal de internet de Televisa, el cual fue mencionado únicamente por el 6%. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4580 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

En el caso de YouTube, más de 70% del tiempo de visualización procede de dispositivos móviles,¹²⁸ lo cual contrasta con el STAR, que se disfruta por lo general en aparatos de televisión en los hogares de los suscriptores. Lo anterior sugiere que la experiencia que proveen estos servicios al usuario no es equivalente.

Los usuarios del STAR recurren al servicio, principalmente, con fines de entretenimiento, por su parte los usuarios de YouTube, recurren a esta plataforma también con el fin de mantenerse informados -con tutoriales, clases y video blogs- y generar un sentido de comunidad.¹²⁹ Lo anterior configura un indicio más de que los contenidos audiovisuales a los que se acceden los usuarios en los servicios OTT sustentados por publicidad no son sustitutos de los que provee el STAR.

En resumen, los contenidos ofertados por los OTT respaldados por publicidad tienen características muy diferentes a las de los contenidos ofrecidos en el STAR, en términos de calidad, y las necesidades que satisfacen en los usuarios también son distintas. Asimismo, el hecho de que el consumidor esté dispuesto a pagar por el STAR, es un indicador de que los contenidos de los OTT respaldados por publicidad no satisfacen todas las necesidades que cubre el STAR, por lo que no pueden considerarse sustitutos.

- iii. **Por suscripción:** El usuario paga una tarifa de manera periódica que le da acceso a los contenidos audiovisuales por un tiempo determinado. En esta modalidad de negocio existen dos subgrupos de OTT. El primero, es aquel que se ofrece solo a suscriptores de algún proveedor del STAR, sin costo adicional o solicitando pagos adicionales a la cuota del STAR. Algunos ejemplos son: *Xview* (provisto por Megacable), *Dish Móvil*, *Blue To Go* (provisto a suscriptores de Sky) y *Total Play donde sea*.¹³⁰ Al estar condicionados a la contratación del STAR, los servicios de este primer subgrupo se consideran como servicios adicionales y no como posibles sustitutos del STAR.¹³¹ El segundo subgrupo es aquel que se provee a todo público (sin necesidad de que sea suscriptor del STAR), a cambio de un pago

¹²⁸ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 4825 y 4826 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹²⁹ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4580 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹³⁰ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 257 a 262, 4824 y 4852 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹³¹ Dentro del contenido accesible a través de internet que los proveedores del STAR comienzan a incluir de manera complementaria a su oferta comercial, se encuentran las aplicaciones como *HBO GO*, *ESPN Go*, *FOX Play*, *FOX Sports Play*, *FOX +*, *NAT Geo*, *Space GO*, *TNT Go*, *Cartoon Network GO*, *Hot GO*, [REDACTED]

[REDACTED] Información proveniente de las manifestaciones realizadas por proveedores del servicio. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1383, 1789 a 1790, 1853, 2126, 2197, 2198, 2209, 3013, 3491 a 3494, 3543, 3560, 3561, 3670, 4029, 4256, 4402 y 4532 del Expediente AI/DC-002-2019.

periódico. Ejemplos de estos servicios son: *Netflix, Claro Video, Blim, YouTube Premium y HBO Go*.¹³² Para este segundo subgrupo resulta pertinente presentar un análisis más detallado de sus características con el fin de examinar la posible sustitución con el STAR.

- (172) A continuación, se muestra el número de suscriptores de los servicios OTT de suscripción en México por operador y total:

Tabla 7. Suscriptores del servicio OTT a nivel nacional, 2014- 1T 2019.^{1a}

Año	Netflix ^b	Claro Video	Blim	Otros servicios OTT ^c	Total suscriptores OTT
2014					
2015					
2016					
2017					
2018					
1T2019					
1T2019 (%)					

Notas:

^{1a} Se presentan datos a nivel nacional por ser la mejor información disponible de conformidad con el artículo 120 de la LFCE.

^{1b} Netflix proporcionó un rango del número de suscriptores que le contratan el servicio. En la tabla se presenta el promedio de los valores extremos de dicho rango.

^{1c} Otros servicios OTT incluyen los siguientes proveedores: Amazon Prime (■■■■), YouTube Premium (■■■■), HBO Go (■■■■), Apple TV+ (■■■■), FI TV Pro (■■■■), Vivo Play (■■■■), MUBI (■■■■) y "Otros" (■■■■). Ninguno de estos proveedores representó más del ■■■■ del total de suscriptores de servicios de OTT durante dos mil diecinueve. Información de acuerdo con el "Servicio de Información de Televisión Mundial" (WTVIS, por sus siglas en inglés) de Ovum, actualizada a septiembre de dos mil diecinueve. Se toman en cuenta únicamente los suscriptores que realizan un pago, es decir, se excluyen usuarios que tienen beneficio de recibir el servicio gratuito durante un período de prueba (*free trialist users*, por su término en inglés).

^{1d} Información a septiembre de dos mil diecinueve.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 y 1521 a 1565 del Expediente. Fojas 1012, 1645 a 1647, 1981, 3327 a 3402, 3878, 3921 a 3994, 4795, 4819, 4882 y 4885 del Expediente AI/DC-002-2019.

- (173) Al primer trimestre de dos mil diecinueve, Netflix fue el principal proveedor de servicios OTT por suscripción, con un ■■■■ del total de suscripciones, seguido por Claro Video con ■■■■ y Blim con ■■■■. Otros proveedores de servicios OTT agrupan el ■■■■ de las suscripciones.

III.1.2.3.2. Sustitución por el lado de la demanda

- (174) A continuación, se analiza el STAR y los servicios OTT a través de suscripción desde la perspectiva del consumidor. Primeramente, se analiza el tipo de contenidos y la experiencia que ofrecen ambos servicios al usuario. Posteriormente, se señalan algunos patrones de consumo y prácticas comerciales llevadas a cabo entre los proveedores del STAR y los proveedores de servicios OTT por suscripción. Estos

¹³² Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 4825, 4826 y 5232 del Expediente AI/DC-002-2019.

elementos permiten evaluar si los servicios OTT por suscripción ejercen presión competitiva sobre el STAR, es decir, si se pueden considerar como sustitutos.

Tipo de Contenidos

- (175) Los tres principales oferentes de servicios OTT de suscripción (Netflix, Claro Video y Blim) que conjuntamente agrupan el [REDACTED] de los suscriptores a nivel nacional,¹³³ ofrecen principalmente bibliotecas de contenidos audiovisuales que el usuario consume bajo demanda y sin publicidad.¹³⁴ Por su parte, el STAR se compone primordialmente de un conjunto de canales de televisión que presentan los contenidos audiovisuales en un orden y tiempo definidos por los programadores que suelen incluir publicidad. De esta manera, la experiencia que vive el usuario con cada servicio no es equiparable.
- (176) A diferencia del STAR, los eventos en vivo, tales como los contenidos audiovisuales deportivos o noticiosos, se incluyen de manera limitada en la oferta de los principales oferentes del servicio OTT por suscripción (por ejemplo, durante el año dos mil diecinueve, Blim únicamente transmitió en vivo los partidos como local del club de fútbol Guadalajara, [REDACTED]. Cabe señalar que los contenidos deportivos son reconocidos por los operadores como relevantes para competir efectivamente en la provisión del STAR.¹³⁵ Lo anterior, es congruente con el listado de contenidos audiovisuales relevantes actualizado por el Pleno del Instituto mediante el Acuerdo P/IFT/141118/706 del catorce de noviembre de dos mil dieciocho,¹³⁶ el cual incluye diversos contenidos deportivos en función de su carácter no replicable y de su alto nivel de audiencia nacional o regional,¹³⁷ a fin de que los AEP en

¹³³ Cifras al primer trimestre de dos mil diecinueve, véase Tabla 7.

¹³⁴ Netflix únicamente provee catálogos de contenidos, sin incluir canales de televisión programados o eventos en vivo. Por su parte, Claro Video y Blim, además de ofrecer acceso a bibliotecas de contenidos, ofrecen a sus suscriptores también contenidos en vivo, pero muy limitados. En el caso de Blim, este proveyó únicamente los partidos del equipo de fútbol Guadalajara como local del torneo de Copa MX y la Liga MX de dos mil diecinueve. [REDACTED] Fojas 1827 a 1834 del Expediente.

Fojas 1968, 1969, 3022 a 3028, 3419 a 3421, 4013 y 5007 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹³⁵ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1104, 1105 y 1668 a 1670 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹³⁶ "Acuerdo por el que el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones actualiza el listado de los contenidos audiovisuales relevantes en términos y para los efectos de la Medida Cuarta del Anexo 4 de la "Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones determina al grupo de interés económico del que forman parte América Móvil S.A.B. de C.V., Teléfonos de México, S.A.B. de C.V., Teléfonos del Noroeste, S.A. de C.V., Radiomóvil Dipsa S.A. de C.V., Grupo Carso, S.A.B. de C.V., y Grupo Financiero Inbursa S.A.B. de C.V., como Agente Económico Preponderante en el sector de telecomunicaciones y le impone las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia" y la Medida Décimo Octava del Anexo 1 de la "Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones suprime, modifica y adiciona las medidas impuestas al Agente Económico Preponderante en el sector de radiodifusión mediante Resolución de fecha 6 de marzo de 2014, aprobada mediante acuerdo P/IFT/EXT/060314/77", con número P/IFT/EXT/270217/120.

¹³⁷ El listado de contenidos audiovisuales relevantes incluye los siguientes: a) los partidos de la Selección Mexicana de Fútbol (categoría varonil mayor); b) las ceremonias de inauguración y clausura, así como los partidos de inauguración, octavos de final, cuartos de final, semifinales y final de la Copa Mundial de Fútbol; c) los partidos de

telecomunicaciones y radiodifusión no puedan adquirir en exclusiva derechos de transmisión para cualquier lugar del territorio nacional sobre dichos contenidos audiovisuales relevantes. En este sentido, la presencia limitada de contenidos deportivos en las ofertas comerciales de los proveedores del servicio OTT por suscripción restringe la capacidad de los usuarios de verlos como sustitutos del STAR.

- (177) Con el objetivo de diferenciarse y depender cada vez menos de terceros que les provean contenidos audiovisuales, los oferentes de servicios OTT incluyen en su catálogo cada vez más producciones originales. Por ejemplo, Netflix señala que a julio de dos mil diecinueve, entre el [REDACTED] y [REDACTED] del total de las horas disponibles de contenido en su plataforma son contenidos originales.¹³⁸ Conforme los servicios OTT incrementan la proporción de contenidos originales, estos servicios se posicionan cada vez más como servicios complementarios al STAR, toda vez que un usuario no accederá al mismo contenido a través de ambos servicios.
- (178) Existen servicios de OTT por suscripción que, además de dar acceso a bibliotecas de contenidos que incluyen películas, series y documentales, proveen el acceso a las transmisiones en vivo de la programación de los canales del STAR respectivos, por ejemplo, el servicio de HBO Go.¹³⁹ No obstante, la cantidad de canales que ofrece el proveedor es limitada y, además, se advierte que la participación de este tipo de servicios OTT es poco significativa en términos de suscriptores.¹⁴⁰
- (179) En conclusión, entre el STAR y los OTT por suscripción existen diferencias notables a nivel de tipo de contenidos y formatos (bibliotecas vs canales de televisión con contenidos programados). En particular, un diferenciador importante son los contenidos de tipo deportivo y otras transmisiones en vivo del STAR, que no son comunes en los OTT. Por otro lado, los OTT disponen de contenidos originales que no tiene el STAR.

Calidad de la imagen

- (180) Otro factor que puede influir en el usuario para determinar si los servicios OTT son sustitutos del STAR es la calidad de la imagen de los contenidos. En particular, los

semifinal y final del torneo de liga de la Primera División organizado por la Federación Mexicana de Fútbol, y d) los partidos del *Super Bowl*, organizado por la *National Football League*, conocida comúnmente como NFL.

¹³⁸ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 4997 y 4998 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹³⁹ Por ejemplo, el servicio de HBO permite ver contenido que está siendo transmitido en ese mismo momento a través de la señal de HBO en la TV normal. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5007 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹⁴⁰ HBO Go registró, a septiembre de dos mil diecinueve, [REDACTED] suscriptores, que representaron el [REDACTED] del total de suscriptores a servicios OTT por suscripción. Información de acuerdo con el "Servicio de Información de Televisión Mundial" (WTVIS, por sus siglas en Inglés) de Ovum, actualizada a septiembre de dos mil diecinueve. Se toman en cuenta únicamente los suscriptores que realizan un pago, es decir, se excluyen usuarios que tienen el beneficio de recibir el servicio gratuito durante un periodo de prueba (*free trialist users*, por su término en Inglés). Fojas 1521 a 1565 del Expediente.

OTT requieren de un servicio de acceso a Internet de banda ancha provisto por un tercero.

- (181) Los proveedores de OTT establecen en sus términos y condiciones que no garantizan la calidad de la imagen, toda vez que esta depende de la capacidad de la conexión a Internet de banda ancha con la que cuente el usuario. Por ejemplo, Claro Video, proveedor de OTT, establece en sus condiciones de uso:

Usted debe estar conectado a Internet en todo momento para ver el Contenido y todos los cargos de acceso a Internet son su responsabilidad. Revise con su proveedor de Internet la información acerca de posibles cargos por uso de datos en Internet. CLARO no garantiza la calidad con que usted visualice el Contenido. (Énfasis añadido).¹⁴¹

- (182) Por su parte, los proveedores del STAR sí se hacen responsables de la calidad del servicio, siempre y cuando las fallas sean imputables a la empresa. Por ejemplo, en el contrato mediante el cual GTV provee el servicio bajo la marca comercial de IZZI establece la siguiente cláusula respecto a las fallas e interrupciones en el servicio:

El CONCESIONARIO es el único responsable frente al consumidor por la prestación de los servicios contratados, mismos que se prestarán en forma continua, uniforme, regular y eficiente, cumpliendo con las normas y metas de calidad que establezca la normatividad aplicable, incluyendo dentro de ésta, los parámetros de calidad establecidos por el IFT acorde a la legislación aplicable. (Énfasis añadido).¹⁴²

- (183) En resumen, los proveedores del servicio OTT transfieren al consumidor la responsabilidad de la calidad del servicio, en contraste con el proveedor del STAR que le garantiza al consumidor una alta calidad.

Control sobre los contenidos y capacidad de descubrir contenidos

- (184) Los proveedores del servicio OTT empoderan a los usuarios, toda vez que les dan un mayor control sobre el contenido que ven y la manera en que lo ven. En contraste con el STAR, en el cual los usuarios están restringidos a ver los contenidos de acuerdo a una programación rígida, pero muy diversa, cuyo objetivo es atender a una gama amplia de preferencias de los suscriptores.

- (185) Más aún, los proveedores OTT pueden utilizar algoritmos para crear herramientas que le permitan al usuario descubrir contenidos que sean de su agrado. Los algoritmos para descubrir contenido analizan la información personal del usuario (edad, género, etc.), así como la información no personal (tal como los contenidos elegidos en el pasado, localización geográfica, entre otros factores). De esta

¹⁴¹ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5007 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹⁴² Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4335 del Expediente AI/DC-002-2019.

manera, estos algoritmos identifican otros contenidos que podrían ser disfrutados por ese usuario en particular.¹⁴³

- (186) Por tanto, los usuarios del STAR y de los servicios OTT por suscripción tienen diferente grado de control sobre los contenidos audiovisuales que disfrutan, y diferente capacidad de descubrir contenidos afines a sus preferencias. Estos son elementos que diferencian la experiencia del usuario al acceder a los contenidos audiovisuales a través de estos dos servicios.

Acceso al servicio

- (187) Otro aspecto a considerar es que los servicios OTT requieren que los usuarios cuenten con acceso a internet de banda ancha. Al respecto, se advierte que el 38.8% de los hogares que cuentan con el STAR en el país no tienen acceso al SBAF,¹⁴⁴ por lo que para estos hogares la sustitución del STAR con algún servicio OTT de suscripción estaría condicionada a que primeramente contrataran el SBAF. Este hecho limita la capacidad de los usuarios de sustituir el STAR con servicios OTT de suscripción.
- (188) Adicionalmente, es importante mencionar que el nivel de penetración del SBAF varía de una zona geográfica a otra. En particular, de acuerdo con los resultados de la ENDUTIH 2018, en las ciudades que involucra la Operación, el nivel de penetración del SBAF es el siguiente: Guadalajara 66.87%, León 56.00%, Toluca 54.59%, Puebla 57.21% y Querétaro 81.36%.¹⁴⁵
- (189) Para aquellos hogares que no tienen contratado el SBAF, contratar un servicio OTT implicaría incurrir en un costo superior a la contratación del STAR; pues el precio de contratación del SBAF por sí solo supera en ocasiones el precio de los paquetes del STAR más baratos. Por ejemplo, el servicio de internet de 10 (diez) Mbps de Telmex

¹⁴³ Al respecto, Netflix señala lo siguiente: "(n)uestro negocio es brindar un modelo de servicio por suscripción que ofrece recomendaciones personalizadas para ayudarte a encontrar series y películas de tu interés. Para cumplir este objetivo, creamos un sistema de recomendaciones complejo y patentado". Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 5007 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹⁴⁴ En los estados a los que pertenecen los municipios de la Operación, los porcentajes de hogares que tienen acceso al STAR pero que no tienen acceso al SBAF son los siguientes: Guanajuato 36.3%; Jalisco 30.9%; Estado de México 27.3%; Puebla 43.3%, y Querétaro 28.7%. Fuente: ENDUTIH 2018, "Sección IV. Equipamiento de tecnologías de la información y comunicación (TIC) en el hogar". Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 5015 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹⁴⁵ Se aclara que, en las mediciones de la ENDUTIH 2018, los municipios del Estado de México de Toluca, Metepec, Lerma, San Mateo Atenco y Zinacantan se encuentran contenidos en la ciudad de Toluca; los municipios de Guadalajara, San Pedro Tlaquepaque y Tonalá del estado de Jalisco están contenidos en la ciudad de Guadalajara; el municipio de León, Guanajuato, se incluye en la Ciudad de León; los municipios de Cuautlancingo, Puebla, San Andrés Cholula y San Pedro Cholula se encuentran contenidos en la ciudad de Puebla, y los municipios de Corregidora, Querétaro y El Marqués, del estado de Querétaro se encuentran contenidos en la ciudad de Querétaro. Fuente: ENDUTIH 2018, "Sección IV. Equipamiento de tecnologías de la información y comunicación (TIC) en el hogar". Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 5015 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

cuesta \$389.00 (trescientos ochenta y nueve pesos 00/100 M.N.) al mes.¹⁴⁶ El precio de este servicio es superior al costo, por ejemplo, de un *Dish Básico*, una de las opciones más económicas del STAR que tiene un costo de \$206.00 (doscientos seis pesos 00/100 M.N.) o de un *VeTV* que cuesta \$209.00 (doscientos nueve pesos 00/100 M.N.).¹⁴⁷ Adicionalmente, habría que sumarle el costo del servicio OTT por suscripción.¹⁴⁸ Lo anterior es un elemento más por el cual los usuarios que no tienen contratado el SBAF verían limitada su capacidad de sustituir el STAR con un servicio OTT.

(190) Respecto a la calidad con la que se pueden ver los contenidos audiovisuales, Netflix recomienda una velocidad de descarga por *stream* de 5 (cinco) Mbps para poder disfrutar una película en alta definición (HD, por sus siglas en inglés), y 25 (veinticinco) Mbps para una resolución ultra HD. Al respecto, Netflix publica un índice de velocidades de los proveedores del servicio de acceso a Internet en el país (que incluye la tasa de bits promedio en el horario de mayor audiencia),¹⁴⁹ el cual reporta en junio de dos mil diecinueve, que ninguno de los proveedores en el país supera los 5 Mbps (megabits por segundo).¹⁵⁰ De manera que los usuarios de los servicios OTT de suscripción, en los horarios de mayor audiencia tendrían dificultades para acceder a los contenidos en alta definición, a diferencia del STAR

146

Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 141, 5237 y 5238 del Expediente AI/DC-002-2019. Así como fojas de acuerdo al "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

¹⁴⁷ Precios de los paquetes *VeTV* de Sky y *Dish Básico* de acuerdo a página de Internet de los oferentes del STAR, a los meses de mayo y julio de dos mil diecinueve, respectivamente. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 262 a 262 y 4335 a 4368 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹⁴⁸ En el caso de Netflix, el precio varía entre \$129 (ciento veintinueve pesos M.N.) y \$229 (doscientos veintinueve pesos M.N.). Información basada en la página de Internet del proveedor del servicio, a junio de dos mil diecinueve. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 3020 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹⁴⁹ Respecto a este índice, Netflix señala que: "El índice de velocidades de ISP para Netflix incluye la tasa de bits promedio en el horario de mayor audiencia del contenido que se transmite a los miembros del servicio durante un mes determinado. Para obtener el horario de mayor audiencia, calculamos la tasa de bits promedio del contenido de Netflix en megabits por segundo (Mbps) que se transmite a los miembros por el proveedor de servicios de Internet (ISP). Medimos la velocidad a través de todos los dispositivos disponibles de usuario final. Para un grupo reducido de dispositivos, no podemos calcular las tasas de bits exactas, y la transmisión a través de redes celulares está exenta de nuestras métricas. La velocidad de dicho índice no es una medida del máximo rendimiento ni de la capacidad máxima de un proveedor de servicios de Internet". Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 1012 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹⁵⁰ Netflix, recomienda las siguientes velocidades de descarga de Internet por *stream* para reproducir series y películas a través de Netflix: i) 0,5 megabits por segundo; velocidad de conexión de banda ancha requerida; ii) 1,5 megabits por segundo; velocidad de conexión de banda ancha recomendada; iii) 3 megabits por segundo; velocidad recomendada para calidad SD; iv) 5 megabits por segundo; velocidad recomendada para calidad HD, y v) 25 megabits por segundo; velocidad recomendada para calidad Ultra HD. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 4586 y 4587 del Expediente AI/DC-002-2019.

que incluye en sus ofertas comerciales canales en HD.¹⁵¹ Lo anterior puede limitar la capacidad de los usuarios de percibir ambos servicios como sustitutos.

- (191) En este sentido, existe evidencia de que los usuarios del servicio OTT por suscripción tendrían limitaciones para disfrutar los contenidos con la misma calidad que puede ofrecer el STAR, dadas las velocidades de bajada que ofrecen los principales oferentes del SBAF. Esta diferencia entre el STAR y los OTT afecta la percepción del consumidor respecto al nivel de calidad que ofrecen estos dos servicios.

Patrones de consumo y prácticas comerciales

- (192) La evidencia existente sobre el consumo de servicios OTT en México muestra que el 60.4% de los usuarios que contratan un servicio OTT de suscripción también contratan el STAR,¹⁵² lo cual es un indicio de que los usuarios que contratan OTT consideran estos servicios como complementarios.
- (193) En el plano comercial, se observa que los proveedores del STAR ofrecen su servicio conjuntamente con un OTT o, en su caso, comercializan OTTs de terceros. Por ejemplo, a través de *Dish OTT* y *Axtel Apps*, se comercializan servicios de OTTs, tanto a sus suscriptores como a aquellos que no lo son (por ejemplo, *HBO Go*).¹⁵³ De igual modo, GTV lleva a cabo una práctica similar, incluso en junio de dos mil diecinueve, GTV incluyó a Netflix dentro del paquete comercial denominado "*Izzi Unlimited*".¹⁵⁴ Estas prácticas comerciales, son un indicio de que hay una demanda conjunta por el STAR y el servicio OTT, y no resulta casual que los oferentes del STAR sean los principales promotores de su venta. Lo anterior, refuerza el argumento de que el STAR y el servicio OTT por suscripción son servicios complementarios antes que sustitutos.
- (194) De lo analizado en la presente sección, se advierten diferencias importantes entre el servicio OTT por suscripción y el STAR que permiten sostener que en la actualidad no son servicios equiparables plenamente. En particular, se señalan los siguientes aspectos:
- i. Las ofertas de los proveedores del servicio OTT por suscripción son muy limitadas respecto a contenidos que resultan relevantes para el usuario del

¹⁵¹ De acuerdo con el índice de velocidades de los proveedores del servicio de acceso a Internet publicado por Netflix, los proveedores mejor posicionados son Total Play y Axtel. Estos dos proveedores representaban, previo a la Operación, solo el 8.64% de los suscriptores del SBAF en los municipios de la Operación.

¹⁵² Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2017. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3294 a 3297 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹⁵³ Al respecto, en el portal de Dish OTT se señala lo siguiente: "*Dish OTT es un servicio disponible para todo público, sin necesidad de tener contratado un sistema de tv de paga; para disfrutar de la programación 100% premium de HBO GO (...) en sus computadoras y dispositivos móviles*". Axtel por su parte, manifestó que "*la ventaja de contratar estos servicios en Axtel Play es que no se requiere contar con el servicio de TV restringida contratado*". Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1109 a 1121, 1128, 1789, 1790, 1854 y 2204 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹⁵⁴ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1977, 1978 y 3416 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

STAR, tales como los eventos deportivos. Por otro lado, los servicios OTT disponen de contenidos originales que no tiene el STAR;

- ii. El diferente grado de control que tiene el usuario del STAR y del OTT sobre la secuencia en que puede disfrutar de los contenidos, así como la capacidad de descubrir contenidos afines a sus preferencias, son elementos que contribuyen a que el usuario perciba ambos servicios como diferentes;
- iii. Los proveedores del servicio OTT transfieren al consumidor la responsabilidad de la calidad del servicio, en contraste con el proveedor del STAR que le garantiza al consumidor una alta calidad;
- iv. Los niveles de acceso a Internet y la velocidad promedio de conectividad en varios de los municipios de la Operación, son bajos, por lo que el acceso a los servicios OTT sería limitado, y
- v. Los patrones de consumo de ambos servicios, así como las relaciones comerciales que establecen los proveedores de ambos servicios, sugieren que los servicios OTT son complementarios al STAR.

(195) En este contexto, no es posible determinar que los servicios OTT pueden resultar una alternativa viable para los usuarios del STAR si eventualmente su precio aumentara. Dado que se trata de servicios con diferencias notables que no los hacen totalmente equivalentes y por tanto posibles sustitutos.

III.1.2.3.3. Sustitución por el lado de la oferta

(196) Toda vez que la normatividad vigente en materia de telecomunicaciones no prevé una regulación específica respecto a los servicios OTT, si un proveedor OTT desea empezar a ofrecer el STAR debería en principio cumplir con la normatividad aplicable en la materia, desplegar la infraestructura y los demás elementos de red necesarios para que el suscriptor reciba el STAR en su domicilio y desarrollar canales para comercializar el servicio. El cumplimiento de estos requerimientos implica tiempo y recursos, que limitan la sustitución por el lado de la oferta.¹⁶⁵

¹⁶⁵ Por ejemplo, de la información proporcionada por distintos proveedores del STAR mediante redes cableadas confirma la necesidad de invertir grandes sumas de dinero para el continuo desarrollo de una RPT. En el periodo de dos mil catorce a dos mil dieciocho, GTV, Megacable, Axtel y Total Play invirtieron a nivel nacional, de manera conjunta, más de [REDACTED] en el despliegue, mantenimiento y modernización de sus RPT. En el caso de los operadores que proveen el STAR vía satélite, la inversión también debe considerar la renta de transpondedores para contar con la capacidad requerida para el envío, transmisión y recepción de señales. Con base en información proporcionada por Sky, Dish y Star Group, se estima que el costo anual de arrendar transpondedores para proveer el STAR oscila, entre los [REDACTED] y [REDACTED] anuales durante dos mil dieciocho. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Elaboración propia con base en las fojas señaladas en el "Anexo VIII. Índice de fojas de inversión en Infraestructura del Expediente AI/DC-002-2019".



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

- (197) En conclusión, tanto desde la perspectiva de la demanda como de la oferta se considera que los servicios OTT no son sustitutos del STAR.

III.1.2.4. Sustitución entre las distintas modalidades de provisión del STAR: *single play*, *doble play* y *triple play*

- (198) En esta sección se analiza si el STAR comercializado de manera empaquetada con otros servicios de telecomunicaciones —como SBAF y/o STF—, en ofertas conocidas como *doble play* y *triple play*, constituyen mercados relevantes en sí mismos; o si, por el contrario, existe un solo mercado relevante que incluye el STAR en sus distintas modalidades de comercialización: de manera individual y en paquete. Esto es, si existe un solo mercado integrado por los siguientes tipos de oferta: STAR, STAR+SBAF, STAR+STF y STAR+SBAF+STF.

III.1.2.4.1. Descripción del servicio *triple play* y *doble play*

- (199) El STAR se comercializa solo o en forma empaquetada con el STF y/o el SBAF. El *single play* se refiere a la venta del STAR de manera individual. Por su parte, el *doble play* se refiere al empaquetamiento del STAR con el SBAF o el STF (ej. STAR+SBAF y STAR+STF). El *triple play* se refiere al empaquetamiento de los tres servicios (STAR, SBAF y STF). El STAR en modalidad de *single play* es vendido primordialmente por los operadores satelitales. En tanto, los operadores de medios cableados suelen ofrecer el STAR en sus tres modalidades (*single*, *doble* y *triple play*).
- (200) El empaquetamiento del STAR con otros servicios de telecomunicaciones puede utilizarse como estrategia comercial para extraer mayores beneficios cuando los consumidores poseen disposiciones a pagar heterogéneas respecto de los diferentes servicios que proveen las empresas, o bien, como estrategia de detención de entrada cuando algún competidor no puede ofrecer los servicios de manera empaquetada.
- (201) A continuación, se presenta un análisis, tanto desde la perspectiva de la demanda como de la oferta, para determinar si es apropiado definir mercados relevantes separados para los empaquetamientos o si por el contrario las ofertas empaquetadas compiten en un solo mercado con las individuales.

III.1.2.4.2. Sustitución por el lado de la demanda

- (202) Desde el punto de vista de la demanda, se debe evaluar si un pequeño incremento en el paquete *doble play* que incluye el STAR induce al usuario a contratar los servicios por separado y si un pequeño incremento en el precio del paquete *triple play* que incluye el STAR incentiva a los suscriptores a adquirir una combinación de ofertas de *single play* y *doble play* conformada por él mismo (a esta combinación

también se le denomina paquete sintético). Es decir, se busca determinar si los productos por separado ejercen una restricción competitiva al *doble play* y si una combinación de ofertas de *single play* y *doble play* puede ejercerle una restricción competitiva al *triple play*.

- (203) Primero, se presenta una estimación de los patrones de consumo del STAR, adquirido de manera individual (*single play*) y en paquete (*doble* y *triple play*), en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación.

Tabla 8. Estimación del consumo del STAR de manera individual (*single play*) y empaquetado (*doble* y *triple play*), en términos de suscriptores, en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación. Marzo de 2019.^{1a}

No.	Estado	Municipio	STAR	STAR + STF	STAR + SBAF	STAR + SBAF + STF
1	Estado de México (5)	Lerma	60.70%	0.01%	8.67%	30.61%
2		Metepiec	57.34%	0.04%	9.97%	32.66%
3		San Mateo Atenco	58.02%	0.03%	14.36%	27.59%
4		Toluca	45.22%	0.04%	13.78%	40.96%
5		Zinacantepec	54.91%	0.05%	10.90%	34.13%
6	Guanaajuato (1)	León	38.74%	0.07%	18.82%	42.37%
7	Jalisco (3)	Guadalajara	34.08%	0.12%	14.59%	51.21%
8		San Pedro Tlaquepaque	30.41%	0.06%	16.02%	53.51%
9		Tonalá	35.31%	0.08%	15.25%	49.36%
10	Puebla (4)	Cuautlancingo	38.34%	0.04%	15.58%	46.04%
11		Puebla	40.86%	0.09%	11.28%	47.77%
12		San Andrés Cholula	49.43%	0.06%	9.69%	40.82%
13		San Pedro Cholula	57.65%	0.05%	7.20%	35.10%
14	Querétaro (3)	Corregidora	41.28%	0.10%	8.38%	50.24%
15		El Marqués	38.32%	0.06%	14.95%	46.67%
16		Querétaro	25.06%	0.07%	13.00%	61.88%
		Agregado	37.63%	0.07%	13.89%	48.40%

Nota:

^{1a} Esta tabla se elaboró con información proporcionada por los operadores, por lo que no toma en cuenta los posibles paquetes sintéticos que los usuarios podrían formar con base en la combinación de ofertas *single play* y *doble play*.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019, Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

- (204) De la Tabla 8 se desprende que, en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación, el STAR se consume, principalmente, en *single play* y *triple play*. En el agregado, los suscriptores del STAR que contratan en la modalidad de *single play* representan 37.63% del total de suscriptores y los suscriptores de la modalidad de *triple play* representan el 48.40%, aproximadamente. En tanto, el STAR en *doble play* se consume en menor medida y, especialmente, empaquetado con el STF. De esta

manera, no se advierte que el consumo del STAR se concentre en una sola modalidad de provisión.

- (205) En la tabla siguiente se muestra el número de proveedores que ofrece cada modalidad de provisión del STAR para cada uno de los 16 (dieciséis) municipios de la Operación.¹⁵⁶

Tabla 9. Número de proveedores del STAR que ofrecen servicios Individuales (*single play*) y empaquetados (*doble play* y *triple play*), por municipio de la Operación. Marzo de 2019.

No	Estado	Municipio	Single Play			Doble Play			Triple Play
			STAR	SBAF	STF	STAR+ SBAF	STAR + STF	SBAF + STF	STAR + SBAF + STF
1	Estado de México (5)	Lerma	4	3	4	2	1	4	3
2		Metepec	5	4	4	3	2	4	3
3		San Mateo Atenco	4	4	3	1	1	4	2
4		Toluca	6	5	4	4	2	5	4
5		Zinacantepec	4	3	3	1	1	4	2
6	Guajuato (1)	León	5	4	4	3	2	4	4
7	Jalisco (3)	Guadalajara	5	4	4	3	2	4	3
8		San Pedro Tlaquepaque	4	3	4	3	1	4	3
9		Tonalá	4	4	3	3	2	4	3
10	Puebla (4)	Cuaufalancingo	4	3	3	1	1	4	2
11		Puebla	5	4	4	3	2	4	3
12		San Andrés Cholula	4	4	3	3	1	4	3
13		San Pedro Cholula	4	4	3	2	2	4	2
14	Querétaro (3)	Corregidora	4	4	3	3	2	4	3
15		El Marqués	4	3	4	2	1	4	2
16		Querétaro	5	5	5	4	3	5	4

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

- (206) Obsérvese que el número de oferentes del STAR por modalidad de provisión varía entre los 16 (dieciséis) municipios de la Operación; no obstante, en todos los municipios de la Operación, existe al menos un proveedor que registra suscriptores en cada tipo de empaquetamiento. En particular destaca que el mayor número de oferentes por municipio corresponde a las ofertas de *single play*.
- (207) El STAR en *single play* es ofrecido por los tres operadores satelitales (Sky, Dish y Star Group), por TV Cable de Oriente, S.A. de C.V. (empresa cablera de GTV), por

¹⁵⁶ La tabla se elaboró con base en los suscriptores reportados por cada agente económico.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- Megacable, y hasta antes de la Operación por Axtel.¹⁵⁷ El único operador que no incluye en su oferta comercial el STAR de manera individual es Total Play.¹⁵⁸
- (208) El SBAF y el STF se pueden contratar de manera individual o en paquete con Telmex, que provee estos dos servicios en todos los 16 (dieciséis) municipios de la Operación. Al respecto, se identificó que al menos el [REDACTED] de los ingresos de Telmex en los municipios analizados proviene de la venta de paquetes *doble play* (STF+SBAF). Además de Telmex, todos los concesionarios que proveen el STAR a través de cable e IPTV ofrecen el *doble play* SBAF+STF, y la mayoría de ellos cuenta con ofertas de *single play* de estos dos servicios.^{159,160}
- (209) Por tanto, un usuario que desee sustituir un paquete *doble* o *triple play* que incluya el STAR por un paquete conformado por él mismo, tiene opciones para contratar el SBAF y el STF en *single* o *doble play*.
- (210) Una vez presentadas las alternativas que tienen los usuarios para recrear las ofertas del STAR empaquetado, es ilustrativo analizar si los precios de las diferentes combinaciones resultan comparables.
- (211) Toda vez que las ofertas comerciales del STAR, SBAF y STF pueden diferenciarse en varias dimensiones (número y tipo de canales que incluye el STAR, número de megas que ofrece el SBAF, número de llamadas o minutos incluidos en el STF, entre otras), para realizar la comparación de precios, se mantuvo constante el número de megas que ofrece el SBAF y el número de llamadas del STF.¹⁶¹ Asimismo, en la comparación se incluyen [REDACTED]

¹⁵⁷ Sky, Dish y Star Group registraron suscriptores del STAR en la modalidad de *single play* en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación. TV Cable de Oriente, S.A. de C.V. registró suscriptores del STAR en la modalidad de *single play* en el municipio de Querétaro, Querétaro. Axtel registró suscriptores del STAR en la modalidad de *single play* en los municipios de: Metepec y Toluca en el Estado de México; León, Guanajuato; Guadalajara, Jalisco; Puebla, Puebla, y Querétaro, Querétaro. Megacable registró suscriptores del STAR en la modalidad de *single play* en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación. Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

¹⁵⁸ Telmex no provee el STAR en virtud de que su título de concesión no se lo permite, por lo que no puede ofrecer los paquetes de *doble play* y *triple play* que contengan el STAR.

¹⁵⁹ Axtel registró suscriptores del STF y SBAF en la modalidad de *single play* en 16 (dieciséis) y 11 (once) municipios de la Operación, respectivamente. TV Cable de Oriente, S.A. de C.V. registró suscriptores del STF y el SBAF en la modalidad de *single play* en el municipio de la Operación en el que participa. Megacable y Total Play registraron suscriptores del STF y del SBAF en la modalidad de *single play* en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación. Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

¹⁶⁰ En las ofertas del SBAF, no se consideró a los operadores Sky, Dish y Star Group, los cuales prestan este servicio a través de la tecnología LTE o satelital, debido a que el número de suscriptores que reportan en los municipios de la Operación es muy bajo (0.93%). Estos operadores solo ofrecen el SBAF en *single play*. Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019".

¹⁶¹ Todos los paquetes utilizados en las comparaciones ofrecen llamadas ilimitadas.

ofertas comerciales que resultan adecuadas para llevar a cabo esta comparación por tener características similares.¹⁶²

(212) En un primer ejercicio, se presentan las opciones que tiene un usuario que consume el *doble play* conformado por el STAR y el SBAF para sustituir dicho paquete con ofertas individuales, ante un posible incremento en el precio del *doble play* de 5% a 10%.¹⁶³

Tabla 10. Opciones para sustituir el STAR en *doble play* utilizando ofertas individuales del STAR y el SBAF.

Paquete de referencia: <i>Doble Play</i> (STAR+SBAF)			
Doble Pack TV Conecta + Internet 20 Mbps (<i>Doble Play</i>) ^{1a}			\$ 629.00
Combinación de ofertas	STAR	SBAF	Total
VeTV (Sky) ^{1b} + <i>Single Play</i> Telmex (20 Megas) ^{1c}	\$ 209.00	\$ 349.00	\$ 558.00
VeTV Plus ^{1d} + <i>Single Play</i> Telmex (20 Megas)	\$ 259.00	\$ 349.00	\$ 608.00
Dish Básico Más ^{1e} + <i>Single Play</i> Telmex (20 Megas)	\$ 269.00	\$ 349.00	\$ 618.00

Notas:

^{1a} Tarifa con número de inscripción 255177 (disponible en municipios del Estado de México) con 91 canales de televisión (todos ellos en definición estándar, o SD, por sus siglas en Inglés).

^{1b} Tarifa con número de inscripción 219626, con 68 canales de televisión (todos en SD), oferta disponible en todo el país. Véase también tarifa 261070.

^{1c} Tarifa con número de inscripción 214293, oferta disponible en todo el país excepto en Baja California y en algunos municipios del estado de Sonora.

^{1d} Tarifa con número de inscripción 230492, con 89 (ochenta y nueve) canales de televisión (todos SD), oferta disponible en todo el país. Véase también tarifa 261072.

^{1e} Tarifa con número de inscripción 228879, con 74 (setenta y cuatro) canales de televisión (todos en SD), oferta disponible en todo el país.

^{1f} Los canales de televisión que incluyen los paquetes comparados poseen las siguientes participaciones o shares en términos de audiencia: VeTV [REDACTED], Básico Más [REDACTED], VeTV Plus [REDACTED] y TV Conecta [REDACTED]. Fuente: Con base en información de shares de Nielsen IBOPE para dos mil dieciocho e información de las ofertas comerciales de los operadores (tarifas con número de inscripción 255177, 219626, 228879 y 230492). Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 3296 del Expediente AI/DC-002-2019.

Fuente: Elaboración propia a partir de información del buscador de tarifas del RPC, e información publicada en las páginas de Internet de los operadores. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 4582 a 4584, 4343 a 4360 y 5007 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹⁶² De acuerdo con la información proporcionada por los agentes económicos. [REDACTED]

[REDACTED] Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019, Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

¹⁶³ El *doble play* conformado por el STAR y el STF se consume de manera muy poco significativa en los municipios materia de la Operación (representa solo el 0.07% del total de suscriptores del STAR en estos municipios), por lo que no se realiza el ejercicio para dicha combinación. Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019, Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

- (213) El primer ejercicio compara el precio de un paquete de Megacable en modalidad de *doble play* (STAR+SBAF), el cual incluye 20 (veinte) Mbps de Internet y 91 (noventa y un) canales de televisión, con diferentes combinaciones formadas a partir del SBAF de Telmex en su modalidad de *single play*, el cual también ofrece 20 (veinte) Mbps, con diversos paquetes del STAR en modalidad de *single play* que ofrecen los operadores satelitales Sky y Dish, los cuales incluyen diferentes cantidades de canales. Las combinaciones mostradas ofrecen alternativas al usuario cuyos precios son menores al *doble play* (STAR+SBAF) que se toma como referencia, e incluso, dichas alternativas incluyen un conjunto de canales que registran una mejor puntuación en términos de participaciones o shares de audiencia. En este sentido, ante un incremento en el precio del *doble play* (entre el 5% y 10%), los usuarios disponen de alternativas para sustituir dicho paquete por la compra de los servicios de manera individual.
- (214) El segundo ejercicio presenta las opciones que tiene un usuario que consume el *triple play* (STAR+SBAF+STF) para sustituir dicho paquete con ofertas de *single* y *doble play*, en el escenario de que el precio del *triple play* se incremente entre un 5% y 10%.

Tabla 11. Opciones para sustituir el STAR en *triple play* utilizando ofertas en *single play* y *doble play* del STAR, SBAF y STF.

Paquete de referencia: <i>triple play</i> (STAR+SBAF)			
Conecta Ilimitado Plus + 20 Mbps (<i>Triple Play</i>) ^{1a}			\$ 679.00
Combinación de ofertas	STAR	SBAF+STF	Total
Dish Básico ^{1b} + <i>Doble Play</i> Telmex (20 Megas) ^{1c}	\$ 206.00	\$ 389.00	\$ 595.00
VeTV (Sky) ^{1d} + <i>Doble Play</i> Telmex (20 Megas)	\$ 209.00	\$ 389.00	\$ 598.00
VeTV Plus ^{1e} + <i>Doble Play</i> Telmex (20 Megas)	\$ 259.00	\$ 389.00	\$ 648.00
Dish Básico Más ^{1f} + <i>Doble Play</i> Telmex (20 Megas)	\$ 269.00	\$ 389.00	\$ 658.00

Notas:

^{1a} Tarifa con número de inscripción 255225 (oferta disponible en municipios de Estado de México), con 91 canales de televisión (en SD) y llamadas ilimitadas.

^{1b} Tarifa con número de inscripción 228878, con 57 (cincuenta y siete) canales de televisión (en SD), oferta disponible en todo el país.

^{1c} Tarifa con número de inscripción 190756, incluye llamadas ilimitadas, oferta disponible en todo el país excepto en Baja California y en algunos municipios del estado de Sonora.

^{1d} Tarifa con número de inscripción 219626, con 68 (sesenta y ocho) canales del STAR (en SD), oferta disponible en todo el país. Véase también tarifa 261070.

^{1e} Tarifa con número de inscripción 230492, con 89 (ochenta y nueve) canales de televisión (todos SD), oferta disponible en todo el país. Véase también tarifa 261072.

^{1f} Tarifa con número de inscripción 228879, con 74 (setenta y cuatro) canales de televisión (todos en SD), oferta disponible en todo el país.

^{1a} Los canales de televisión que incluyen los paquetes comparados poseen las siguientes participaciones o shares en términos de audiencia: Dish Básico ██████, VeTV ██████ Básico Más ██████, VeTV Plus ██████ y TV Conecta ██████. Fuente: Con base en información de shares de Nielsen IBOPE para dos mil dieciocho e información de las ofertas comerciales de los operadores (tarifas con número de inscripción 255225, 228878, 219626, 230492 y 228879). Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 3296 del Expediente AI/DC-002-2019.

Fuente: Elaboración propia a partir de información del buscador de tarifas del RPC, e información publicada en las páginas de Internet de los operadores. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 4582 a 4584, 4343 a 4360 y 5007 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- (215) En este segundo ejercicio se comparan los precios de un paquete de Megacable en modalidad de *triple play* (STAR+SBAF+STF) con diferentes combinaciones formadas a partir de paquetes *doble play* (SBAF+STF) de Telmex y diversos paquetes del STAR en modalidad de *single play* que ofrecen los operadores satelitales Sky y Dish. Las combinaciones mostradas ofrecen alternativas al usuario cuyos precios son menores al paquete *triple play* que se toma como referencia y cuyos canales registran una mejor puntuación en términos de participaciones o shares de audiencia que el paquete de referencia. En este sentido, se considera que ante un incremento en el precio del *triple play* (entre un 5% y 10%) los usuarios disponen de alternativas para sustituir dicho paquete mediante la combinación de un *doble play* y un *single play*.¹⁶⁴
- (216) La información de las Tablas 10 y 11 constituyen indicios de que los paquetes de *doble play* y *triple play* que contienen al STAR no configuran mercados relevantes por sí mismos, ya que los usuarios pueden sustituir dichos paquetes con la contratación de ofertas en *single play* y *doble play*.
- (217) En conclusión, existe evidencia de que los usuarios que contratan el STAR en paquetes de *doble play* y *triple play* en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación lo hacen en proporciones distintas. Cabe señalar que el porcentaje de los usuarios que consume el STAR en *single play* es de 37.63% en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación e incluso en 5 (cinco) de estos municipios dicho porcentaje es superior al 50%. En este sentido, los usuarios disponen de ofertas del STAR en diversas modalidades de contratación, pudiendo adquirirlos por separado y en paquete. De igual forma, hay evidencia que permite establecer la posibilidad de recrear un paquete *triple play* utilizando el *doble play* SBAF+STF con el STAR, así como el *doble play* STAR+SBAF con la adquisición individual de estos servicios. Estos resultados permiten afirmar que no hay un mercado de paquetes que incluya al STAR, por el contrario, el STAR en cualquier modalidad de consumo forma parte del mismo mercado relevante, siendo entonces el adecuado para evaluar la Operación.

¹⁶⁴ Este ejercicio es congruente con la evidencia de consumo de los hogares en los municipios en los que tiene efectos la Operación. Conforme a ENDUTIH 2018, en las ciudades de Guadalajara, León, Puebla, Querétaro y Toluca, de un total de 856,576 (ochocientos cincuenta y seis mil quinientos setenta y seis) hogares que consumen los tres servicios (STAR, SBAF y STF) 216,130 (doscientos dieciséis mil ciento treinta) hogares lo hacen a través de paquetes sintéticos formados por un *single play* de STAR y un *doble play* de SBAF+STF. En este sentido, el porcentaje de hogares en las ciudades mencionadas que consume los tres servicios (STAR, SBAF y STF) mediante paquetes sintéticos representa el 25.2%. Cabe señalar que la finalidad de la ENDUTIH 2018 es obtener información sobre la disponibilidad y el uso de las tecnologías de información y comunicación en los hogares y su utilización. En este sentido, la ENDUTIH revela decisiones de consumo ya realizadas por el hogar. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 5015 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

III.1.2.4.3. Sustitución por el lado de la oferta

- (218) Desde el punto de vista de la oferta, se debe evaluar si un oferente que provee el STAR en la modalidad de *single play* puede proveer, en un tiempo corto y sin incurrir en costos significativos, el STAR en ofertas de *doble play* y *triple play*.
- (219) En el caso de los proveedores del STAR vía satélite, su tecnología no les permite proveer el STF y el SBAF a un precio que resulte competitivo con las ofertas empaquetadas que ofrecen los proveedores del STAR que utilizan medios cableados.¹⁶⁵ Para poder ofrecer paquetes de *doble play* y *triple play* sería necesario que estos operadores desplieguen una red cableada, lo cual conlleva tiempo y erogaciones de recursos financieros importantes para poder realizarse. Lo anterior restringe las posibilidades de los prestadores del STAR vía satélite de proveer el STAR en modalidades de *doble play* y *triple play* en el corto plazo.
- (220) En el caso de los proveedores del STAR por medios cableados, estos ya proveen el STAR en modalidad *single play* y empaquetada con el STF y el SBAF.
- (221) Por lo anterior, desde la perspectiva de la oferta, se advierte que los proveedores del STAR que utilizan tecnología satelital, y que únicamente proveen el STAR en *single play*, no podrían comenzar a ofrecer servicios empaquetados en el corto plazo a través de la misma tecnología, por lo cual no ejercerían presión competitiva a los proveedores que ofrecen el STAR en modalidad de *doble play* y *triple play*.
- (222) En conclusión, no obstante que, desde la perspectiva de la oferta, los proveedores del STAR vía satélite enfrentan limitaciones técnicas para proveer servicios empaquetados, se considera que las diferentes ofertas del STAR de *single play*, *doble play* y *triple play* (es decir, las ofertas de STAR, STAR+SBAF, STAR+STF y STAR+SBAF+STF) forman parte del mismo mercado relevante. Lo anterior ya que, desde la perspectiva de la demanda, existe evidencia de que los usuarios del STAR que lo contratan en la modalidad de *doble play* y *triple play* pueden sustituirlo a través de la contratación del STAR (y del resto de servicios) en modalidades *single play* o *doble play*.

(espacio en blanco)

¹⁶⁵ Por ejemplo, en los municipios de la Operación, Dish y Star Group, que proveen el SBAF vía satélite, solo ofrecen el SBAF satelital en *single play* y el número de suscriptores que registran es muy bajo (para el primer trimestre de dos mil diecinueve, entre los dos representan menos de 0.11% del total de suscriptores del SBAF en los 16 -dieciséis- municipios de la Operación). Elaboración propia con base en Información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019".

III.1.3. Dimensión geográfica

- (223) Para la delimitación de la dimensión geográfica del mercado relevante se utilizan los criterios establecidos en las fracciones II y III del artículo 58 de la LFCE, las cuales señalan lo siguiente:

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

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

- (224) A su vez, el artículo 5 de las Disposiciones Regulatorias, indica que se debe delimitar el área geográfica en la que se ofrecen o demandan los bienes y servicios, y si en la misma existe la opción de acudir indistintamente a los proveedores o clientes sin incurrir en costos significativos.
- (225) En lo sucesivo, el análisis de la dimensión geográfica, tanto desde la perspectiva de la demanda como de la oferta, se basa en las disposiciones citadas. Dicho análisis comienza identificando como área focal las localidades en que coincide la oferta de Axtel y Megacable, esto es, en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación.

III.1.3.1. Sustitución por el lado de la demanda

- (226) Desde la perspectiva de la demanda, los usuarios del STAR únicamente pueden acudir a los proveedores que cuenten con las autorizaciones y los medios físicos (despliegue de RPT) necesarios para prestar el servicio en la zona en donde se encuentre ubicado el domicilio del usuario; en el corto plazo, esta oferta se puede considerar fija. Si un consumidor observa que en otra zona geográfica existe una oferta comercial del STAR con mejores condiciones de precio o contenidos, la única forma en que podría obtener esa oferta sería cambiando su lugar de residencia. En este sentido, las probabilidades de que un usuario acuda a otros mercados para abastecerse de los servicios ofrecidos por otros proveedores del STAR son muy bajas.
- (227) Los usuarios del STAR ubicados en localidades diferentes disponen de ofertas comerciales distintas. Estas pueden diferir en términos de distintas variables: el número de proveedores del STAR que están presentes en cada localidad, el número de canales y el precio de los paquetes que se ofrecen, los canales de



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

televisión que están disponibles en cada localidad,¹⁶⁶ los contenidos exclusivos que se ofrecen en cada zona geográfica, los servicios de valor agregado que ofrezca cada proveedor del STAR, entre otros.

- (228) Ahora bien, la Operación que dio origen a la presente investigación involucra la adquisición de la cartera de clientes del STAR de Axtel, en 16 (dieciséis) municipios localizados en 5 (cinco) entidades federativas, en los cuales tiene presencia Megacable. Los usuarios del STAR que habitan en esos municipios tienen la opción de contratar dicho servicio únicamente con los oferentes que cuenten con cobertura en su domicilio. En la Tabla 12 se muestra a los proveedores del STAR que tienen presencia en cada de las áreas geográficas materia de la Operación.

(espacio en blanco)

¹⁶⁶ Por ejemplo, los canales de STVR locales varían de una localidad a otra.

Tabla 12. Presencia de los oferentes del STAR en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación.
Marzo de 2019.

No.	Estado	Municipio	Megacable		GTV			Star Group (DTH)	Total Play (IPTV)	Twister (Cable)	Total
			Axtel (IPTV)	Megacable (Cable)	TV Cable de Oriente, S.A. de C.V.	Sky (DTH)	Dish (DTH)				
1	Estado de México	Lerma	X	X		X	X	X	X		5
2		Meteppec	X	X		X	X	X	X		5
3		San Mateo Atenco	X	X		X	X	X			4
4		Toluca	X	X		X	X	X	X	X	6
5		Zinacantepec	X	X		X	X	X			4
6	Guanajuato	León	X	X		X	X	X	X		5
7	Jalisco	Guadalajara	X	X		X	X	X	X		5
8		San Pedro Tlaquepaque	X	X		X	X	X	X		5
9		Tonalá	X	X		X	X	X	X		5
10	Puebla	Cuautlancingo	X	X		X	X	X			4
11		Puebla	X	X		X	X	X	X		5
12		San Andrés Cholula	X	X		X	X	X	X		5
13		San Pedro Cholula	X	X		X	X	X			4
14	Querétaro	Corregidora	X	X		X	X	X	X		5
15		El Marqués	X	X		X	X	X			4
16		Querétaro	X	X	X	X	X	X	X		5
			16	16	1	16	16	16	11	1	

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos, Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019, Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

(229) En la Tabla 12 se aprecia que después de la Operación, el número de oferentes por municipio oscila entre 4 (cuatro) y 6 (seis). En particular, Total Play participa solo en 11 (once) de los 16 (dieciséis) municipios de la Operación. En el caso de GTV, si bien participa en los 16 (dieciséis) municipios a través de Sky (que utiliza tecnología satelital), solo provee el servicio a través de cable (mediante TV Cable de Oriente, S.A. de C.V.) en un municipio (Querétaro, Querétaro). Asimismo, se detectó que en

un municipio de la Operación (Toluca, Estado de México) provee el STAR una empresa cablera de menor tamaño (Twister).¹⁶⁷

(230) Toda vez que el número y los proveedores del STAR pueden variar de una localidad a otra, se advierte que las condiciones de oferta que disponen los usuarios del STAR se determinan a nivel local. Es decir, el número de oferentes y las características de la oferta que dispone cada consumidor dependerá de la localidad en que este está ubicado. Por ejemplo, únicamente los usuarios del STAR que habitan en el municipio de Querétaro, Querétaro, podrían acceder a las ofertas comerciales de cable de GTV.

(231) De igual forma, un mismo oferente puede modificar su oferta comercial de un municipio a otro, tanto en número de canales como en precio, tal como se aprecia en las siguientes tablas, las cuales muestran algunas ofertas del STAR de Megacable en las modalidades de *single*, *doble* y *triple play*. Para la comparación de ofertas, se mantuvo constante, en su caso, la velocidad de descarga incluida en el SBAF y el número de minutos de llamadas incluidas en el STF, a fin de observar solo la variabilidad en términos de número de canales y precio.

Tabla 13. Ofertas del STAR en *single play* con diferentes términos de contratación en diferentes municipios de la Operación. Megacable.

No. de registro de tarifa ^{1a}	Estado y municipio en el que aplica la tarifa	Nombre de la tarifa	Renta mensual con impuestos	Número de canales HD	Número de canales SD	Número total de canales ^{1b}
222379	León, Gto.	Básico	\$ 330.00	0	134	184
222623	Toluca, Edo. de Méx.	Básico	\$ 339.00	0	135	185
223307	Guadalajara, Jal.	Básico	\$ 339.00	0	136	186
224178	Puebla, Pue.	Básico	\$ 299.00	0	133	183

Notas:

^{1a} Todas las tarifas iniciaron su vigencia en junio de dos mil diecinueve.

^{1b} El número total de canales es la suma de los canales SD, HD y de audio.

Fuente: Elaboración propia a partir de información del buscador de tarifas del RPC.

(espacio en blanco)

¹⁶⁷ Twister únicamente provee el STAR en el municipio de Toluca, Estado de México, en donde registra [REDACTED] suscriptores. Véase Tabla 16 (de participaciones).

Tabla 14. Ofertas del STAR en *doble play* con diferentes términos de contratación en diferentes municipios de la Operación. Megacable.

No. de registro de tarifa ^{1a}	Estado y municipio en el que aplica la tarifa	Nombre de la tarifa	Renta mensual con impuestos	Número de canales HD	Número de canales SD	Número total de canales ^{1b}
233443	Guadalajara, Jal.	Súper Digital + Hasta 80 Mbps	\$ 779.00	0	160	210
233936	Puebla, Pue.	Súper Digital + Hasta 80 Mbps	\$ 779.00	0	157	207
235657	León, Gto.	Súper Digital + Hasta 80 Mbps	\$ 749.00	0	168	208

Notas:

^{1a} Ambas ofertas incluyen el SBAF con una velocidad de descarga de datos de 80 Mbps.

^{1b} El número total de canales es la suma de los canales SD, HD y de audio.

Fuente: Elaboración propia a partir de información del buscador de tarifas del RPC. Todas las tarifas iniciaron su vigencia en agosto o septiembre de dos mil diecinueve.

Tabla 15. Ofertas del STAR en *triple play* con diferentes términos de contratación en diferentes municipios de la Operación. Megacable.

No. de registro de tarifa ^{1a}	Estado y municipio en el que aplica la tarifa	Nombre de la tarifa	Renta mensual con impuestos	Número de canales HD	Número de canales SD	Número total de canales ^{1b}
235675	León, Gto.	Súper Digital + HD Total + XView + Ilimitado Plus + Hasta 80 Mbps	\$ 849.00	97	158	305
235807	Toluca, Edo. de Méx.	Súper Digital + HD Total + XView + Ilimitado Plus + Hasta 80 Mbps	\$ 879.00	98	157	305
233482	Guadalajara, Jal.	Súper Digital + HD Total + XView + Ilimitado Plus + Hasta 80 Mbps	\$ 879.00	103	160	313

Notas:

^{1a} Las tres ofertas incluyen el SBAF con una velocidad de descarga de datos de 80 Mbps, así como minutos ilimitados en el STF.

^{1b} El número total de canales es la suma de los canales SD, HD y de audio.

Fuente: Elaboración propia a partir de información del buscador de tarifas del RPC. Todas las tarifas iniciaron su vigencia en agosto o septiembre de dos mil diecinueve.

- (232) De las tablas 13, 14 y 15 se desprende que Megacable establece tarifas diferentes para ofertas del STAR que cuentan con características similares en algunos de los municipios de la Operación.
- (233) Los ejemplos anteriores reflejan la capacidad de los proveedores del STAR por cable de discriminar precios con base en la ubicación de los consumidores. Esta capacidad obedece a que los consumidores del STAR no pueden llevar a cabo arbitraje y a que dichos consumidores son identificables por parte de los proveedores. Cuando existe discriminación basada en la localización de los consumidores, la dimensión geográfica es local. Por su parte, los operadores satelitales, por las características de su tecnología, posean una oferta del STAR homogénea a nivel nacional.¹⁶⁸

¹⁶⁸ Cabe señalar que aun cuando los operadores de redes cableadas tienen la capacidad de discriminar a nivel local, y los operadores satelitales no pueden hacerlo, ambos tipos de oferentes compiten entre sí.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- (234) En conclusión, desde la perspectiva de la demanda, el mercado relevante tiene una dimensión geográfica definida por ubicación del punto de acceso a la RPT. Lo anterior, ya que la oferta a la cual puede acceder un usuario del STAR depende de la ubicación de su domicilio.

III.1.3.2. Sustitución por el lado de la oferta

- (235) Desde la perspectiva de la oferta, se evalúa la posibilidad de que una empresa que se ubica fuera del área focal (aquella en la que coinciden las partes involucradas en la Operación) pueda atender a los consumidores que están en el área focal, sin incurrir en costos significativos y en un periodo corto de tiempo.
- (236) La posibilidad de que una empresa fuera del área focal la abastezca, dependerá de la rapidez con la que pueda llegar a dicha área si observara un aumento de precios, de tal suerte, que guarde congruencia con la sustitución por el lado de la demanda, en términos de oportunidad para obtener el servicio. Ello implicaría que una empresa que provee el STAR fuera del área focal necesitaría desplegar una RPT al domicilio del usuario final.¹⁶⁹
- (237) El área geográfica en la cual un concesionario puede proporcionar el STAR se puede ver limitada por dos factores:
- i. Su título de concesión que establece la delimitación geográfica.
 - ii. La cobertura de su RPT, la cual se determina con base en las decisiones de inversión de cada uno de los concesionarios.
- (238) Las limitaciones normativas para proveer el STAR están asociadas a los títulos de concesión que se requieren para poder prestar el servicio. Los proveedores del servicio necesitan contar con la concesión única, a la que se refiere el artículo 3, fracción XII de la LFTyR.¹⁷⁰ El título de concesión única debe establecer los programas y compromisos de cobertura geográfica, esto de conformidad con el artículo 74, fracción VI, de la LFTyR.¹⁷¹

¹⁶⁹ Si bien los proveedores del STAR pueden acceder a la infraestructura pasiva del AEP en el sector de telecomunicaciones, se advierte que esta se utiliza de manera marginal. Por ejemplo, en dos mil dieciocho, únicamente [REDACTED] arrendaron postes al AEP en el sector de telecomunicaciones; en ambos casos, los postes arrendados representaron un porcentaje [REDACTED] del total de postes arrendados por estos operadores ([REDACTED] y [REDACTED], respectivamente). Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004, 1226, 1333 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹⁷⁰ El artículo 3, fracción XII de la LFTyR define la concesión única como el "(a)cto administrativo mediante el cual el Instituto confiere el derecho para prestar de manera convergente, todo tipo de servicios públicos de telecomunicaciones o radiodifusión. En caso de que el concesionario requiera utilizar bandas del espectro radioeléctrico o recursos orbitales, deberá obtenerlos conforme a los términos y modalidades establecidas en esta Ley".

¹⁷¹ El artículo 74, fracción VI de la LFTyR establece que el título de concesión única contendrá, entre otras cosas, "(l)os programas y compromisos de inversión, calidad, de cobertura geográfica, poblacional o social, de conectividad en sitios públicos y de contribución a la cobertura universal que, en su caso, determine el Instituto,

(239) En relación con las concesiones otorgadas a los proveedores del STAR en las áreas geográficas donde coinciden las partes de la Operación, se observa lo siguiente:

- i. Los proveedores del STAR vía cable (Megacable y TV Cable de Oriente, S.A. de C.V.) poseen títulos de concesión que establecen las coberturas geográficas en las que se puede proveer el servicio, los cuales en su mayoría limitan la cobertura geográfica a pocas localidades o municipios.¹⁷²
- ii. Los proveedores del STAR vía satélite, Sky y Dish poseen títulos de concesión que les permiten prestar el servicio en todo el territorio nacional,¹⁷³ mientras que Star Group cuenta con un título de concesión que le habilita para proveer el STAR en 31 (treinta y un) entidades federativas.¹⁷⁴
- iii. Los proveedores del STAR que utilizan la tecnología IPTV (Axtel y Total Play) cuentan con títulos de concesión que les permite proveer el servicio en todo el territorio nacional.¹⁷⁵

(240) Por otro lado, las limitaciones físicas para desplegar la RPT a las que se enfrenta un proveedor del STAR dependen del medio de transmisión que utiliza para brindar el servicio. Si un operador vía cable coaxial y/o fibra óptica desea instalar una RPT en un mercado en el que no está presente, enfrenta costos importantes. Para este tipo de operadores, la instalación de una RPT implica desplegar cableado y colocar nueva infraestructura y equipo que le permita distribuir los servicios en las distintas poblaciones hasta llegar al domicilio del usuario donde se ofrecerá el servicio. Asimismo, requiere obtener los permisos correspondientes para la ocupación de los derechos de vía y diversas autorizaciones estatales y municipales que le permitan desplegar el cableado, y contratar al personal técnico, administrativo y de ventas necesario para ofrecer el servicio.

(241) Por consiguiente, el despliegue de redes cableadas no es inmediato y requiere de importantes plazos y erogaciones de recursos financieros para poder realizarse, lo cual restringe las posibilidades de los prestadores del STAR vía cable para poder expandir su área de cobertura en el corto plazo. Por ejemplo, un operador que provee el STAR solo en el Municipio de León, Guanajuato, ante un incremento en el precio del STAR en el municipio de Zinacantan, Estado de México, tendría

para lo cual considerará las propuestas que formule anualmente la Secretaría conforme a los planes y programas respectivos".

¹⁷² Por ejemplo, véase títulos de concesión con folios electrónicos: FET010638CO-100669, FET010762CO-100669, FET010642CO-100669, FET007978CO-100418, Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 723, 1314 a 1331 y 1383 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹⁷³ Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 723 y 1853 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹⁷⁴ La cobertura para la provisión del STAR vía satélite es en los estados de Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Campeche, Coahuila, Colima, Chiapas, Chihuahua, Durango, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Estado de México, Michoacán de Ocampo, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y Zacatecas. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 1164 a 1167 y 1201 del Expediente AI/DC-002-2019.

¹⁷⁵ Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 967, 1004, 1061 a 1069 y 1127 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

dificultades para desplegar una red y comenzar a brindar el servicio en el corto plazo y sin costos apreciables en dicho municipio.

- (242) En el caso de los proveedores del STAR vía satélite, su tecnología les permite potencialmente proveer el servicio a lo largo del territorio nacional. Cabe señalar que los tres proveedores satelitales (Sky, Dish y Star Group) registran suscriptores en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación, razón por la cual puede considerarse que los operadores del STAR vía satélite cubren todas las áreas geográficas en las que coinciden las partes de la Operación.
- (243) Por consiguiente, desde el punto de vista de la oferta, se considera que la dimensión geográfica del mercado relevante es local, ya que, en primer lugar, los proveedores del STAR tienen establecidos en sus títulos de concesión el área geográfica en la cual pueden prestar el servicio, por lo que podrían necesitar modificar la cobertura de su título de concesión para proveer el servicio en una localidad de la Operación en la que actualmente no tienen cobertura. En segundo lugar, los oferentes del STAR vía cable requieren de tiempo y erogaciones importantes de recursos financieros para desplegar una RPT para empezar a proveer el servicio en una de las localidades de la Operación, en la que previamente no estaba en condiciones de proveerlo.
- (244) Finalmente, considerando que, desde la perspectiva de la demanda, los usuarios solo pueden acceder a las ofertas de los proveedores del STAR que tienen presencia en la ubicación de su domicilio y que, desde la perspectiva de la oferta, un operador de redes cableadas que no tiene presencia en una localidad específica no podría ingresar rápidamente a esta para proveer el STAR sin costos apreciables, se considera adecuado definir el ámbito geográfico del mercado relevante como local.
- (245) Una delimitación geográfica más allá del ámbito local, otorgaría a los operadores de redes cableadas una representación que no tienen y, por tanto, no capturaría las presiones competitivas de cada agente económico que provee el STAR en cada uno de los mercados relevantes, por lo que la dimensión geográfica que resulta idónea para evaluar la Operación es la local.

III.1.3.3. Unidad geográfica de análisis

- (246) Como se mencionó previamente, desde la perspectiva de la demanda, la dimensión geográfica debería ser definida por localización del punto de acceso; sin embargo, esto no es posible ya que no se cuenta con información con ese nivel de desagregación.
- (247) Aunado a lo anterior, y considerando que: i) la cobertura geográfica que se establece en los títulos de concesión para los operadores de redes cableadas es,



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

principalmente, por municipio y/o población, y ii) la información de mayor desagregación geográfica que resulta comparable entre los agentes económicos que participan en los mercados en los que ocurre la Operación es a nivel municipal, se adoptó como unidad geográfica de análisis el municipio,¹⁷⁶ tomando como base el catálogo del INEGI 2019,¹⁷⁷ a nivel de Área Geoestadística Municipal.

- (248) Por tanto, se concluye que los mercados relevantes tienen una dimensión geográfica local, la cual para efectos de este análisis se define a nivel de municipio.

III.1.4. Otros aspectos a considerar en la delimitación del mercado relevante

- (249) El artículo 58 de la LFCE, en sus fracciones IV y V establece dos elementos adicionales que pueden afectar la determinación del mercado relevante, tanto en su dimensión producto como geográfica.

III.1.4.1. Restricciones normativas a clientes o proveedores alternativos

- (250) El artículo 58, fracción IV de la LFCE establece lo siguiente:

Artículo 58. Para la determinación del mercado relevante, deberán considerarse los siguientes criterios:

(...)

IV. Las restricciones normativas de carácter federal, local o internacional que limiten el acceso de usuarios o consumidores a fuentes de abasto alternativas, o el acceso de los proveedores a clientes alternativos;

- (251) Al respecto se advierte que no existen restricciones normativas de carácter federal, local o internacional que limiten el acceso de los usuarios finales a fuentes de abasto alternativas. Las restricciones para abastecerse de otras fuentes vienen dadas por la presencia de proveedores en las zonas geográficas en donde se encuentre el domicilio donde los usuarios quieran recibir el servicio.
- (252) Por otro lado, tampoco existen restricciones normativas que limiten el acceso de los proveedores de este servicio a clientes alternativos, dentro de la zona en donde están autorizados a prestar sus servicios. No obstante, existen limitantes para que los concesionarios que proveen el STAR por cable accedan a clientes que se ubiquen fuera de las zonas que tienen concesionadas.

¹⁷⁶ Cabe señalar que el concepto de municipio, a diferencia del de población, se encuentra reconocido por el INEGI, permitiendo delimitar con mayor exactitud la extensión geográfica referenciada.

¹⁷⁷ Catálogo Único de Claves de Áreas Geoestadísticas Estatales, Municipales y Locales. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5235 del Expediente AI/DC-002-2019.

III.1.4.2. Otros criterios técnicos

- (253) El artículo 58, fracción V de la LFCE establece lo siguiente:

Artículo 58. Para la determinación del mercado relevante, deberán considerarse los siguientes criterios:

(...)

V. Los demás que se establezcan en las Disposiciones Regulatorias, así como los criterios técnicos que para tal efecto emita la Comisión.

- (254) Con relación a la fracción antes citada, el artículo 5 de las Disposiciones Regulatorias establece lo siguiente:

Artículo 5. Para la determinación del mercado relevante se deben analizar las circunstancias particulares de cada caso, identificar los bienes o servicios producidos, distribuidos, adquiridos, comercializados u ofrecidos y aquellos que los sustituyan o puedan sustituirlos oportunamente. Asimismo, se debe delimitar el área geográfica en la que se ofrecen o demandan dichos bienes o servicios, y si en la misma existe la opción de acudir indistintamente a los proveedores o clientes sin incurrir en costos significativos.

- (255) Al respecto, se advierte que las consideraciones de este artículo ya están incorporadas en los párrafos 106 a 252

III.1.5. Conclusión sobre el mercado relevante

- (256) Del análisis de las fracciones I a V del artículo 58 de la LFCE, en correlación con lo establecido en el artículo 5 de las Disposiciones Regulatorias, se concluye que los mercados relevantes corresponden a la provisión del STAR a través de la tecnología satelital, cable e IPTV, ofrecido de manera individual (*single play*) o empaquetada con otros servicios de telecomunicaciones fijos (*doble play* y *triple play*), en cada uno de los 16 (dieciséis) municipios siguientes: (1) Lerma, (2) Metepec, (3) San Mateo Atenco, (4) Toluca, y (5) Zinacantepec, en el Estado de México; (6) León, Guanajuato; (7) Guadalajara, (8) San Pedro Tlaquepaque y (9) Tonalá, en el estado de Jalisco; (10) Cuautlancingo, (11) Puebla, (12) San Andrés Cholula, y (13) San Pedro Cholula, en el estado de Puebla; así como (14) Corregidora y (15) El Marqués y (16) Querétaro, en el estado de Querétaro.

III.2. Poder sustancial

- (257) El poder sustancial en los mercados relevantes se determina con fundamento en el artículo 59 de la LFCE, en correspondencia con lo establecido en los artículos 7 y 8 de las Disposiciones Regulatorias.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

- (258) Esta sección incluye los siguientes seis apartados: el primero analiza las participaciones de mercado y los índices de concentración (antes y después de la Operación) y evalúa la capacidad de fijar precios de la entidad resultante de la concentración que dio origen a la investigación; el segundo contempla la existencia de barreras a la entrada; el tercero considera la existencia y poder de los competidores; el cuarto analiza el acceso a fuentes de insumos; el quinto aborda el comportamiento reciente de los agentes económicos y, por último, el sexto apartado incluye otros criterios establecidos en las Disposiciones Regulatorias para determinar la existencia de poder sustancial. Todos estos apartados se analizan en el ámbito de los mercados relevantes de la Operación.

III.2.1. Participaciones de mercado y capacidad de fijar precios o restringir el abasto

- (259) Conforme a la fracción I del artículo 59 de la LFCE, para determinar si uno o varios agentes económicos tienen poder sustancial en los mercados relevantes deberá considerarse, entre otros elementos, los siguientes:

I. Su participación en dicho mercado y si pueden fijar precios o restringir el abasto en el mercado relevante por sí mismos, sin que los agentes competidores puedan, actual o potencialmente, contrarrestar dicho poder.

Para determinar la participación de mercado, la Comisión (en este caso, el Instituto) podrá tener en cuenta indicadores de ventas, número de clientes, capacidad productiva, así como cualquier otro factor que considere pertinente; (Énfasis añadido).

III.2.1.1. Agentes económicos que participan en los mercados relevantes

- (260) Después de la Operación, el número de agentes económicos que participan en cada uno de los mercados relevantes se encuentra entre 4 (cuatro) y 6 (seis). Específicamente, los agentes económicos que participan son los siguientes: Megacable, GTV,¹⁷⁸ Dish y Star Group que operan en los 16 (dieciséis) mercados relevantes, Total Play que opera en 11 (once) y Twister que únicamente opera en uno.
- (261) Ahora bien, a marzo de dos mil diecinueve, los suscriptores del STAR en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación fueron [REDACTED], que equivalen al [REDACTED] de los suscriptores

¹⁷⁸ En el caso de GTV, el STAR se provee a través de la tecnología satelital en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación y solo en un mercado relevante a través de medios cableados (mediante la empresa T.V. Cable de Oriente, S.A. de C.V.).

a nivel nacional: [REDACTED]

[REDACTED] suscriptores.¹⁷⁹

III.2.1.2. Participaciones de mercado e índices de concentración

(262) Las participaciones de mercado y los índices de concentración (IHH) se calcularon en términos de suscriptores para cada uno de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación.¹⁸⁰ Para dichos cálculos, se utilizó información aportada por los agentes económicos a marzo de dos mil diecinueve.

(263) Para el análisis de los IHH se consideró el Criterio técnico del Instituto, el cual en su artículo 6 indica lo siguiente:

El Instituto considerará que es poco probable que una concentración tiene por objeto o efecto obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre concurrencia, cuando posteriormente a ésta suceda alguna de las siguientes situaciones:

- a) $IHH \leq 2,000$ puntos;
- b) $2,000 < IHH \leq 3,000$ y $\Delta HHH \leq 150$ puntos; o
- c) $IHH > 3,000$ y $\Delta HHH \leq 100$

(264) Adicionalmente, el artículo 7 del mismo Criterio técnico establece que:

Aun cuando una concentración implique valores del IHH y de la ΔHHH que se ubiquen dentro de los umbrales (antes referidos), el Instituto podrá considerar que existen potenciales riesgos de que (la concentración) tiene por objeto o efecto obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la competencia y libre concurrencia, si sucede una o varias de las siguientes circunstancias:

(...)

b) Los agentes económicos involucrados en la concentración alcancen una participación superior al treinta y cinco por ciento;

(...)

(265) En la tabla siguiente se muestran las participaciones de los agentes económicos, el IHH antes y después de la Operación, el tamaño del mercado en términos de

¹⁷⁹ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

¹⁸⁰ Por ser la mejor información disponible de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE. Las participaciones de mercado se calcularon solamente en términos de suscriptores, toda vez que los operadores que participaron en la Operación no contaban con la información desagregada para algunos mercados relevantes.

suscriptores y el agente económico que ocupa la posición de líder en cada uno de los 16 (dieciséis) mercados relevantes.

Tabla 16. STAR. Participaciones de mercado e IHH, en términos de suscriptores, antes y después de la Operación. Marzo 2019.

ID	Estado	Municipio	Suscriptores	IHH Antes	IHH Después	Δ IHH	Megacable Antes (%)	Megacable Después (%)	GTV (%)	Total Play (%)	Dish (%)	Star Group (%)	Twistar (%)	Líder
1	Estado de México	Lerma		3,131.13	3,131.74	0.61	34.42	34.43	40.52	7.88	16.47	1.70		GTV
2	Estado de México	Metépec		2,925.97	3,038.67	112.69	37.82	39.31	34.13	13.67	11.87	1.02		Megacable
3	Estado de México	San Mateo Atenco		3,798.56	3,883.18	84.61	48.13	49.01	35.96		13.64	1.39		Megacable
4	Estado de México	Toluca		2,788.12	2,837.28	49.16	37.94	38.59	26.36	23.75	9.35	0.69	1.26	Megacable
5	Estado de México	Zinacantan		3,958.66	3,959.48	0.82	51.16	51.17	34.31		12.69	1.83		Megacable
6	Guanajuato	León		4,095.44	4,205.22	109.79	59.04	59.97	20.61	7.76	11.12	0.54		Megacable
7	Jalisco	Guadalajara		4,024.15	4,309.65	285.49	59.11	61.52	13.26	16.70	8.35	0.16		Megacable
8	Jalisco	San Pedro Tlaquepaque		3,637.55	3,664.29	26.74	51.80	52.06	15.58	23.04	8.95	0.37		Megacable
9	Jalisco	Tonalá		3,972.24	4,047.30	75.06	57.73	58.38	20.62	11.64	8.82	0.54		Megacable
10	Puebla	Cuatlanhancinga		4,790.32	4,804.25	13.92	64.30	64.41	21.85		13.35	0.39		Megacable
11	Puebla	Puebla		3,456.19	3,442.34	-13.85	51.63	53.43	22.41	13.14	10.58	0.43		Megacable
12	Puebla	San Andrés Cholula		2,722.90	2,779.35	56.45	32.79	33.66	32.44	20.84	12.64	0.43		Megacable
13	Puebla	San Pedro Cholula		3,323.36	3,669.47	346.11	43.25	47.25	32.23		19.94	0.56		Megacable
14	Querétaro	Corregidora		4,080.42	4,303.16	242.73	58.09	60.18	22.31	3.66	13.02	0.83		Megacable
15	Querétaro	El Marqués		4,856.82	4,860.69	3.87	64.91	64.94	22.94		10.72	1.40		Megacable
16	Querétaro	Querétaro		4,267.55	4,320.95	53.40	45.25	45.84	46.82	2.13	4.72	0.49		GTV

Nota:

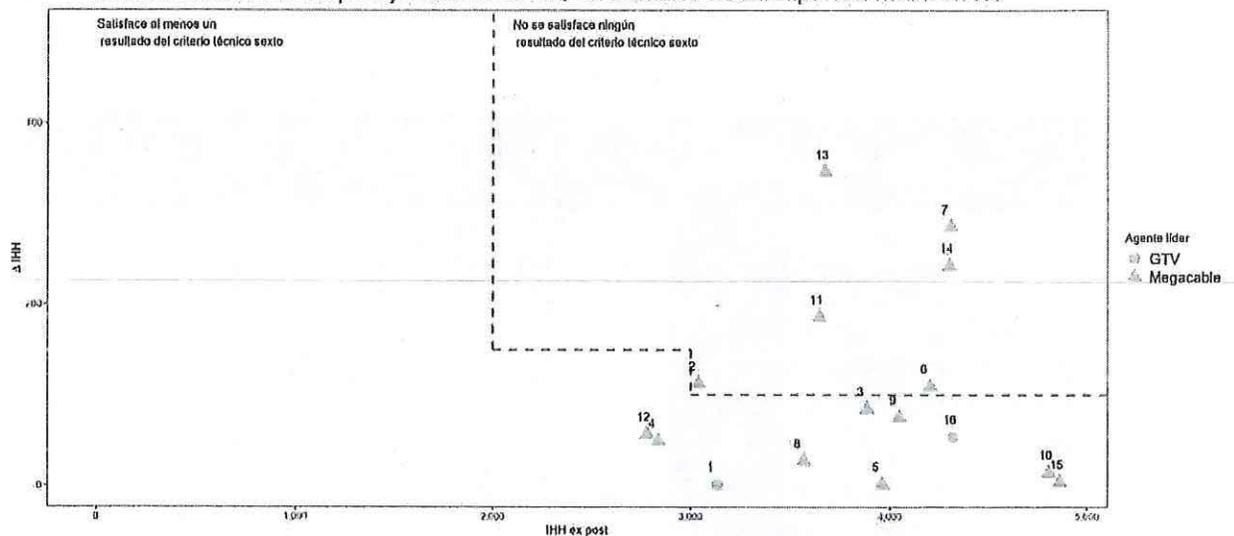
^{a)} Para determinar el número de suscriptores que adquirió Megacable después de la Operación en cada mercado relevante, se utilizó la información de facturación aportada por Axtel. Asimismo, se utilizó la información de facturación aportada por Megacable para determinar la proporción de suscriptores que correspondía a aquellos mercados relevantes para los que Megacable presentó información agrupada, a saber: El Marqués, Querétaro que fue agrupado con Querétaro, Querétaro y San Pedro Cholula, Puebla que fue agrupado con San Andrés Cholula, Puebla.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

(266) En la tabla anterior se aprecia que, en términos de suscriptores del STAR, antes y después de la Operación, Megacable es el líder en 14 (catorce) de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, con participaciones que oscilan entre 32.79% y 64.91% *ex ante* y entre 33.66% y 64.94% *ex post*. En los 2 (dos) mercados relevantes restantes, a saber: Lerma, Estado de México y Querétaro, Querétaro, el líder es GTV con participaciones de 40.52% y 46.82%, respectivamente.

(267) Por su parte, de acuerdo con las cifras presentadas en la Tabla 16, el Gráfico 4 permite identificar los mercados relevantes de la Operación que no satisfacen las condiciones establecidas en el artículo 6 del Criterio técnico, en términos de suscriptores. En particular, aquellos mercados relevantes que se ubican por encima y a la derecha de la línea punteada en el Gráfico 4 no satisfacen ninguna de las condiciones del artículo 6 del Criterio técnico.

Gráfico 4. STAR. IHH ex post y cambio en IHH, en términos de suscriptores, Marzo 2019.



Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019", y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

- (268) En relación con el Criterio técnico del Instituto, el Gráfico 4 permite apreciar que:
- i. en ninguno de los 16 (dieciséis) mercados relevantes se cumple la condición uno ($IHH \leq 2,000$ puntos);
 - ii. en 2 (dos) mercados relevantes se cumple la condición dos ($2,000 < IHH \leq 3,000$ y $\Delta IHH \leq 150$ puntos) y
 - iii. en 8 (ocho) mercados relevantes se satisface la condición tres ($IHH > 3,000$ y $\Delta IHH \leq 100$).
- (269) Por tanto, de la aplicación del artículo 6 del Criterio técnico, se tiene que en 6 (seis) mercados relevantes (Metepéc, Estado de México; León, Guanajuato; Guadalajara, Jalisco; Puebla, Puebla; San Pedro Cholula, Puebla y Corregidora, Querétaro) no se pueden descartar riesgos a la competencia como resultado de la Operación. En tanto, en 10 (diez) mercados relevantes se obtiene que es poco probable que la Operación tenga por objeto o efecto obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre concurrencia.
- (270) No obstante lo anterior, al considerar el artículo 7, fracción b, del Criterio técnico del Instituto, se observa que de los 10 (diez) mercados relevantes que satisfacen alguna de las condiciones del artículo 6, en 8 (ocho) la participación de Megacable supera el 35% (en promedio, Megacable tiene una participación del 53.05%), por lo que en dichos mercados relevantes no se cumple con lo establecido

en el artículo 7, fracción b, del Criterio técnico y el Instituto podrá considerar que existen potenciales riesgos de que la Operación tenga por objeto o efecto obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la competencia y libre concurrencia.¹⁸¹

- (271) En consecuencia, al aplicar el Criterio técnico a los 16 (dieciséis) mercados relevantes del STAR, se obtuvo que en 14 (catorce) de ellos (señalados en rojo en la Tabla 16) no se cumple con las condiciones estipuladas en el artículo 6 o la condición del artículo 7, fracción b, del criterio de referencia.¹⁸²

III.2.1.3. Medidas de estabilidad de las participaciones de mercado

- (272) A continuación, se analizan dos medidas para evaluar la variabilidad de las participaciones de mercado en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, en el periodo comprendido entre diciembre de dos mil quince y marzo de dos mil diecinueve.¹⁸³
- (273) El primer coeficiente de estabilidad consiste en calcular la correlación entre las participaciones en dos periodos distintos, en este caso, dos mil quince y dos mil diecinueve. Si el valor del coeficiente resultante es cercano a 1 (uno), este indica que durante el periodo analizado hubo estabilidad en las participaciones de mercado. Por el contrario, un valor cercano a -1 (menos uno), indica que el mercado sufrió cambios en el orden de las participaciones.
- (274) Por su parte, el segundo coeficiente es una medida de estabilidad que se obtiene de tomar la media geométrica del coeficiente de regresión de las participaciones de mercado en un periodo y el recíproco de la regresión inversa.¹⁸⁴ Si el valor del coeficiente es mayor a 1 (uno) significa, en promedio, un crecimiento de la

¹⁸¹ En adelante, cuando se señale que un mercado relevante no satisface la condición del artículo 7, fracción b, se hace referencia a que, en dicho mercado, posterior a la Operación, Megacable posee una participación superior al 35%.

¹⁸² Los 14 (catorce) mercados relevantes en los que no se satisface el criterio de referencia son: (1) Metepec, (2) San Mateo Atenco, (3) Toluca y (4) Zinacantan, en el Estado de México; (5) León, en el estado de Guanajuato; (6) Guadalajara, (7) San Pedro Tlaquepaque y (8) Tonalá, en el estado de Jalisco; (9) Cuautlancingo, (10) Puebla y (11) San Pedro Cholula, en el estado de Puebla; y (12) Corregidora, (13) El Marqués y (14) Querétaro, en el estado de Querétaro. Cabe señalar que, en Querétaro, Querétaro, el operador que ocupa la primera posición, en términos de suscriptores, es GTV.

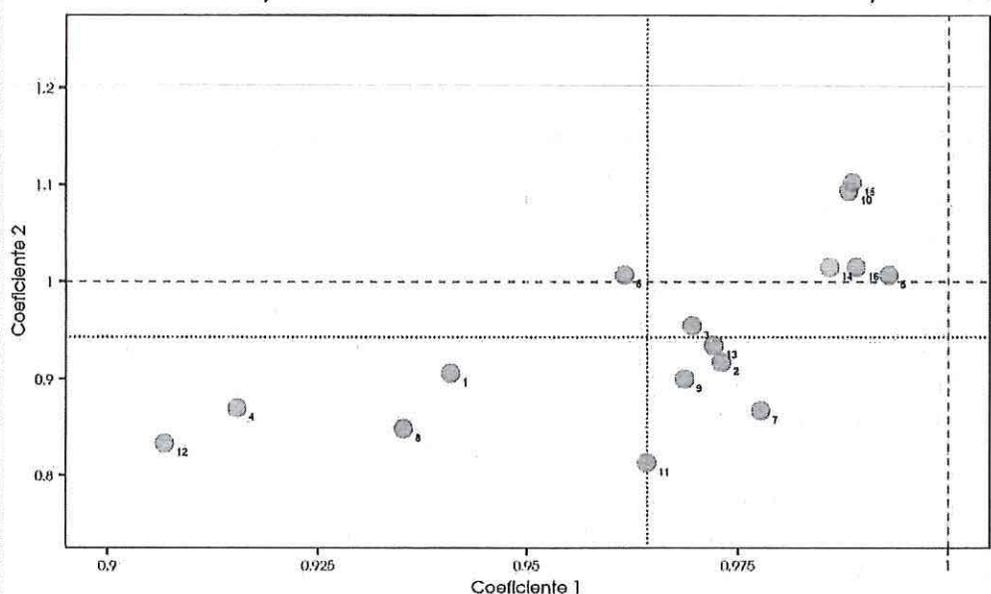
¹⁸³ Solamente se cuenta con información para calcular las medidas de estabilidad para el periodo de diciembre de dos mil quince a marzo de dos mil diecinueve. Asimismo, en el cálculo de dichas medidas no se incluyó a Axtel, debido a que no se contaba con información desagregada de este agente económico para dos mil quince. Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019, Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

¹⁸⁴ Para mayor referencia sobre este coeficiente puede consultarse Gorf, Michael. 1963. "Analysis of Stability and Change in Market Shares". Journal of Political Economy 71 (1): 51-63. Fojas 1333 a 1342 del Expediente. Fojas 6701 a 6743 del Expediente AI/DC-001-2018.

participación de mercado de las empresas más grandes a expensas de las pequeñas, mientras que un valor menor a 1 (uno) implicaría lo contrario.

- (275) El gráfico siguiente muestra los resultados del primer y segundo coeficientes, en los ejes horizontal y vertical, respectivamente, para los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación.¹⁸⁵

Gráfico 5. Coeficientes 1 y 2 en los mercados relevantes del STAR. Diciembre 2015 y marzo 2019.



Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

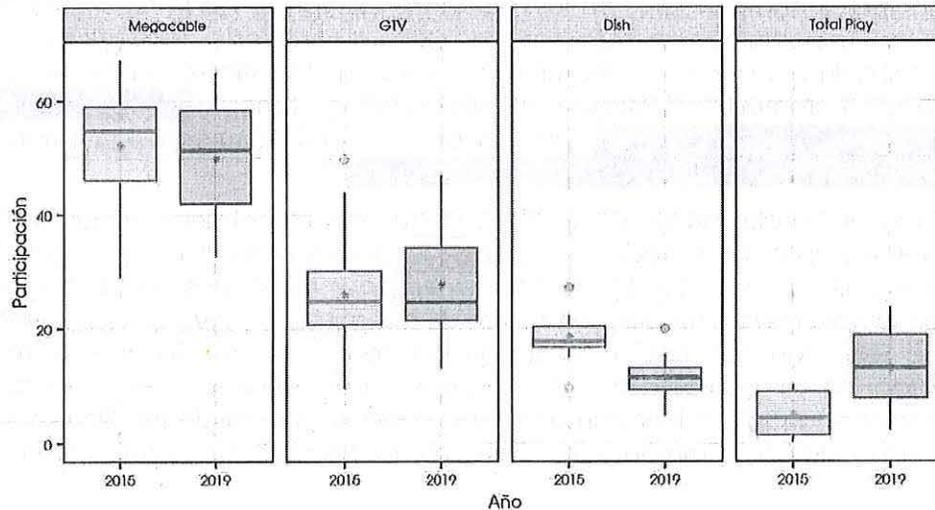
- (276) En relación con el primer coeficiente, en el eje horizontal del Gráfico 5 se puede apreciar que los mercados relevantes de la Operación mostraron valores muy cercanos al límite superior del coeficiente, como indica la línea vertical discontinua en 1 (uno). La media del primer coeficiente entre los mercados relevantes es 0.96 (punto noventa y seis), como lo señala la línea vertical punteada. Esto indica que, entre diciembre de dos mil quince y marzo de dos mil diecinueve, hubo un alto grado de estabilidad en todos los mercados relevantes de la Operación.

¹⁸⁵ Para los periodos de diciembre dos mil quince a marzo dos mil diecinueve, Megacable no proporcionó información suficiente para desagregar el número de suscriptores correspondiente a los mercados relevantes de Querétaro y El Marqués, en el estado de Querétaro, así como San Andrés Cholula y San Pedro Cholula, en el estado de Puebla. Por tal motivo, para el cálculo de los coeficientes de inestabilidad se realizó una estimación del número de suscriptores en dichos mercados relevantes, basada en la información de facturación que proporcionó Megacable. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019.

(277) Por otro lado, los valores en el eje vertical del Gráfico 5, los cuales refieren al segundo coeficiente, tuvieron un promedio de 0.94 (punto noventa y cuatro), que es ligeramente inferior a 1 (uno). Esto indica que, en la mayoría de los mercados relevantes, entre diciembre de dos mil quince y marzo de dos mil diecinueve, se registró un ligero crecimiento en las participaciones de mercado de las empresas más pequeñas. Sin embargo, como se explica a continuación, la variabilidad en las participaciones de las empresas más pequeñas ha afectado muy poco la posición de Megacable y GTV en los mercados relevantes de la Operación.

(278) Con objeto de ahondar en los resultados arrojados por los coeficientes anteriores, se analizó la evolución de la distribución de las participaciones de los principales agentes económicos en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, en términos de suscriptores, a diciembre de dos mil quince y a marzo de dos mil diecinueve, como lo ilustran los diagramas de caja en el gráfico siguiente.¹⁸⁶

Gráfico 6. Evolución de las participaciones de mercado de los principales competidores en los mercados relevantes del STAR. Diciembre 2015 y marzo 2019.



Fuente: Elaboración propia con base en Información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

¹⁸⁶ El diagrama de caja es un método estandarizado para representar gráficamente una serie de datos numéricos a través de sus cuartiles; el borde inferior de la caja representa el primer cuartil (25% de los datos son menores a este número), la línea horizontal en el interior de la caja representa la mediana (segundo cuartil, 50% de los datos son menores a este número) y el borde superior de la caja representa el tercer cuartil (75% de los datos son menores a este número). Los puntos en los extremos inferior o superior representan valores atípicos. En este caso, se añadió un asterisco para indicar el valor promedio.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- (279) En primer lugar, del Gráfico 6 se desprende que Totalplay (uno de los competidores más pequeños en términos de suscriptores en diciembre de dos mil quince), en promedio, ha incrementado su participación [REDACTED] en los mercados relevantes de la Operación. Sin embargo, esto ha afectado principalmente a Dish, el cual en diciembre de dos mil quince tenía la tercera participación promedio más alta en los mercados relevantes de la Operación, con una diferencia [REDACTED] respecto a Total Play.¹⁸⁷ En cambio, para marzo de dos mil diecinueve, Total Play tuvo la tercer participación promedio más alta con 13.11%, superando a Dish que tuvo 11.58%.¹⁸⁸ En cuanto a la dispersión, se observa que la distribución de las participaciones de Dish se ha compactado, mientras que la de Total Play se ha ampliado,¹⁸⁹ lo cual indica que el crecimiento en las participaciones de Total Play no es generalizado entre los 16 (dieciséis) mercados relevantes, sino focalizado en algunos mercados relevantes de la Operación más que en otros.
- (280) Contrario a lo ocurrido entre Dish y Total Play, se observa que Megacable y GTV (los dos principales competidores en los mercados relevantes de la Operación) han mantenido sus participaciones de mercado relativamente estables entre diciembre de dos mil quince y marzo de dos mil diecinueve. En el Gráfico 6 se muestra que la participación promedio de Megacable disminuyó ligeramente [REDACTED], mientras que la de GTV aumentó ligeramente [REDACTED].¹⁹⁰
- (281) En conclusión, el alto grado de estabilidad que denota el primer coeficiente es congruente con el alto grado de estabilidad de las participaciones de los dos principales oferentes en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, entre diciembre de dos mil quince y marzo de dos mil diecinueve. Al mismo tiempo, la poca variación que existió en el periodo de análisis, refleja un crecimiento moderado en la participación de empresas pequeñas en varios mercados relevantes de la Operación, como señala el segundo coeficiente. Sin embargo, esto se ha dado principalmente en detrimento de las participaciones de Dish.

¹⁸⁷ En diciembre de dos mil quince la participación promedio de Dish fue de [REDACTED], mientras que la de Total Play fue de [REDACTED].

¹⁸⁸ Cabe señalar que, a marzo de dos mil diecinueve, Dish participaba en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, mientras que Total Play participaba en 11 (once).

¹⁸⁹ En diciembre de dos mil quince la desviación estándar de participación de Dish fue [REDACTED], mientras que la de Total Play fue [REDACTED]. En marzo de dos mil quince la desviación estándar de participación de Dish fue [REDACTED], mientras que la de Total Play fue [REDACTED].

¹⁹⁰ La evolución de las participaciones en los mercados relevantes de la Operación se retoma en la sección "III.2.1.3. Medidas de estabilidad de las participaciones de mercado".



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

III.2.1.4. Capacidad de fijar precios o restringir el abasto en los mercados relevantes

- (282) De acuerdo con los artículos 204 y 205 de la LFTyR, los concesionarios del STAR podrán determinar libremente las tarifas a los usuarios; sin embargo, deberán solicitar electrónicamente el registro de dichas tarifas ante el IFT, previo a su entrada en vigor.¹⁹¹
- (283) Según el artículo 208 del mismo ordenamiento, la libertad tarifaria antes descrita *"no aplicará a los concesionarios de telecomunicaciones que sean declarados como agentes económicos preponderantes en el sector de las telecomunicaciones o con poder sustancial, en cuyo caso, deberán cumplir con la regulación específica que en materia de tarifas le imponga el Instituto. Estas tarifas deberán ser aprobadas por el Instituto, el cual deberá llevar un registro de las mismas, a efecto de darles publicidad."* Cabe señalar que, en los mercados relevantes del STAR no participa el AEP en el sector de telecomunicaciones, ni ha sido declarado algún agente económico con poder sustancial.
- (284) Si consideramos que todos los operadores que ofrecen el STAR actualmente en los mercados relevantes de la Operación determinan sus tarifas libremente, es de esperar que, en ausencia de poder sustancial de mercado, los precios establecidos por cada uno de los operadores estén acotados, en cierta medida, por los de sus competidores. Esto provocaría que no se observen márgenes de ganancia considerables a lo largo del tiempo.

III.2.1.4.1. Evolución del INPC del STAR

- (285) Con el fin de analizar la evolución de los precios del STAR en los mercados relevantes de la Operación, se utiliza como aproximación el comportamiento del Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) del STAR, calculado por el INEGI,¹⁹² para las 5 (cinco) ciudades en las que se localizan los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación,¹⁹³ durante el periodo comprendido de enero de dos mil catorce a marzo de dos mil diecinueve. El análisis se realiza a nivel ciudad, toda vez que el INPC del STAR no está disponible a nivel municipal.¹⁹⁴ El Gráfico 7 muestra

¹⁹¹ Dicha solicitud deberá contener la descripción del servicio que se presta, reglas de aplicación y, en su caso, penalidades conforme a los formatos que establezca el Instituto.

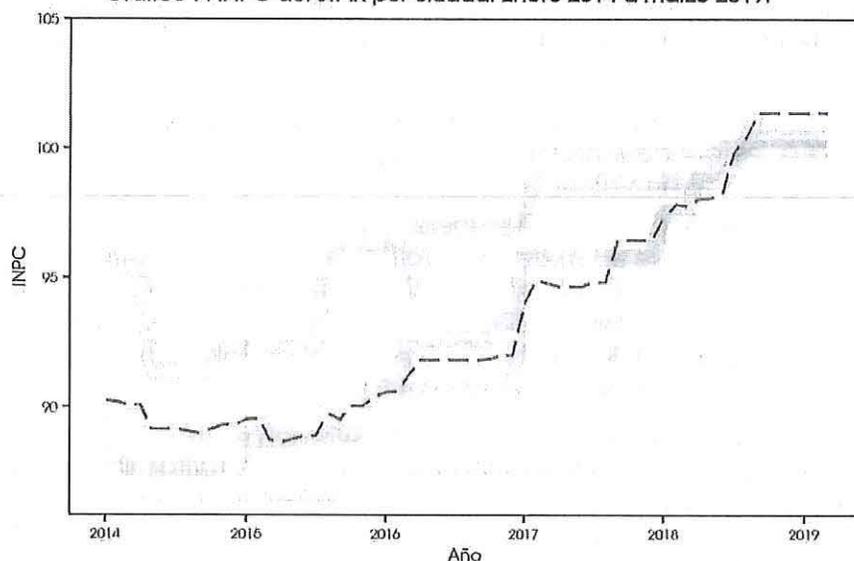
¹⁹² Fojas 1466 a 1470 y 1500 a 1510 del Expediente.

¹⁹³ A continuación, se citan las 5 (cinco) ciudades consideradas y entre paréntesis se mencionan los mercados relevantes de la Operación que incluye cada una: Toluca (Metepéc, San Mateo Atenco, Lerma, Toluca y Zinacantepec), León (León), Guadalajara (Guadalajara, San Pedro Tlaquepaque y Tonalá), Puebla (Cuautlancingo, Puebla, San Andrés Cholula y San Pedro Cholula) y Querétaro (Corregidora, El Marqués y Querétaro).

¹⁹⁴ Se presentan datos a nivel ciudad por ser la mejor información disponible, de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE.

la evaluación del INPC de dichas ciudades durante el periodo en cuestión, así como el promedio de estas.

Gráfico 7. INPC del STAR por ciudad. Enero 2014 a marzo 2019.



Ciudad: Guadalajara León Puebla Querétaro Toluca

Notas:

^{1a} El INPC del STAR por ciudad toma como base el mes de julio del año dos mil dieciocho.

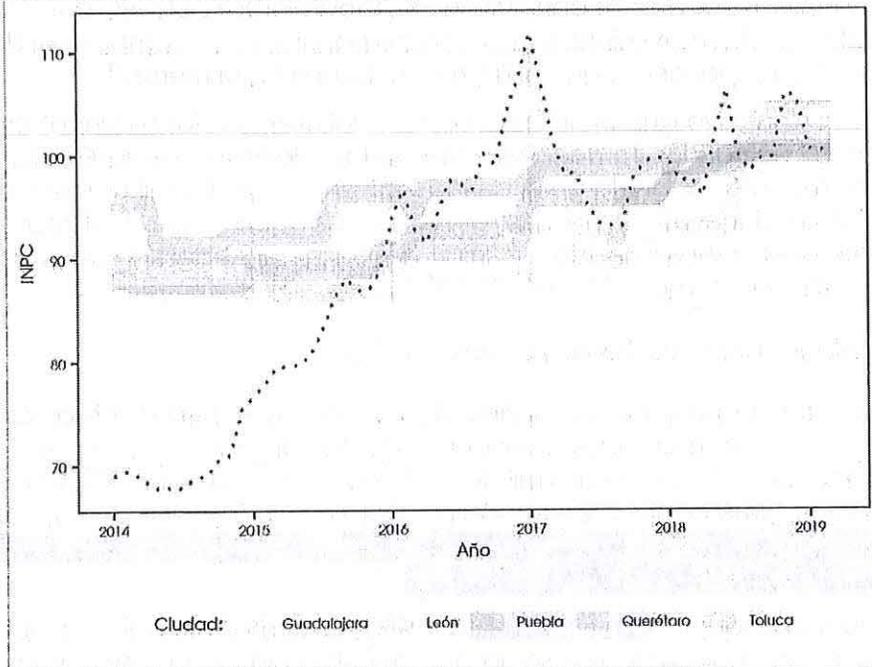
^{1b} La línea discontinua representa el promedio del INPC del STAR para las 5 (cinco) ciudades.

Fuente: Elaboración propia con base en Información del INEGI. Fojas 1466 a 1470 y 1500 a 1510 del Expediente.

- (286) En el periodo analizado, el promedio del INPC del STAR para las 5 (cinco) ciudades (línea discontinua en el Gráfico 7) registró un crecimiento agregado de 12.52%. Como se observa en el Gráfico 7, en enero de dos mil catorce, el valor más bajo del INPC del STAR entre las 5 (cinco) ciudades fue León con 86.69 (ochenta y seis punto sesenta y nueve) y el más alto fue Querétaro con 95.81 (noventa y cinco punto ochenta y uno). El promedio del INPC del STAR para las 5 (cinco) ciudades (línea discontinua en el Gráfico 7) en enero de dos mil catorce fue cercano a 90.24 (noventa punto veinticuatro). En cambio, a marzo de dos mil diecinueve, el valor del INPC del STAR más bajo fue 100 (cien) en Querétaro, mientras que el más alto fue 104.14 (ciento cuatro punto catorce) en León. El promedio para las 5 (cinco) ciudades en diciembre de dos mil diecinueve fue 101.39 (ciento uno punto ochenta y nueve).
- (287) Ahora bien, en el Gráfico 8 se contrasta la evolución del INPC del STAR en las 5 (cinco) ciudades analizadas con el tipo de cambio real entre el peso mexicano y

el dólar estadounidense (línea punteada). Se estudia la relación entre estas variables toda vez que algunos de los contratos de contenidos audiovisuales celebrados entre programadores y proveedores del STAR establecen precios por usuario en dólares estadounidenses.

Gráfico 8. INPC del STAR por ciudad y tipo de cambio real. Enero 2014 a marzo 2019.



Notas:

^{1a} El INPC del STAR por ciudad toma como base el mes de julio del año dos mil dieciocho.

^{1b} La línea punteada representa el tipo de cambio real entre el peso mexicano y el dólar estadounidense.

^{1c} Para el cálculo del tipo de cambio real se tomó como base el mes de julio del año dos mil dieciocho.

Fuente: Elaboración propia con base en datos del INEGI y del Banco de México. Fojas 1466 a 1470 y 1500 a 1510 del Expediente.

(288)

Del Gráfico 8 anterior, se puede apreciar que tanto el INPC del STAR para las 5 (cinco) ciudades referidas, como el tipo de cambio real, han presentado tendencias al alza. Con el fin de evaluar si los incrementos de los INPC del STAR en las 5 (cinco) ciudades estudiadas están relacionados con los movimientos del tipo de cambio real, se realizaron diversos análisis de cointegración entre cada una de las series del INPC del STAR por ciudad y el tipo de cambio real del dólar estadounidense.¹⁹⁵

¹⁹⁵ Para robustecer los resultados de este análisis se utilizó la totalidad de los datos del INPC, disponibles a diciembre de dos mil diecinueve. Es decir, se utilizó la información correspondiente al periodo comprendido entre julio de dos mil dos y octubre de dos mil diecinueve.

- (289) En primer lugar, se realizaron pruebas de raíz unitaria para comprobar si las series del INPC del STAR y el tipo de cambio real del dólar estadounidense son estacionarias. Posteriormente, se hicieron las pruebas de cointegración *Engle & Granger*, a partir de las cuales se concluyó que los movimientos de las series no muestran relaciones estadísticamente significativas durante el periodo analizado. De esta manera, no es posible concluir que los movimientos del INPC del STAR estén relacionados con los movimientos presentados por el tipo de cambio real del dólar estadounidense y, por ende, que el último explique a los primeros.¹⁹⁶
- (290) Por tanto, se concluye que el nivel de precios del STAR, en las 5 (cinco) ciudades en las que se ubican los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación ha crecido de manera sostenida en el periodo de enero de dos mil catorce a marzo de dos mil diecinueve¹⁹⁷ y no hay evidencia estadística para afirmar que su crecimiento pueda ser explicado a partir de las variaciones del tipo de cambio real del dólar estadounidense.

III.2.1.4.2. Megacable: Análisis de precios del STAR

- (291) En esta sección se presenta un análisis de los precios del STAR establecidos por Megacable en los mercados relevantes de la Operación, para el periodo comprendido entre enero de dos mil dieciséis y diciembre de dos mil diecinueve,¹⁹⁸ En el análisis se tomó como referencia el paquete de Megacable denominado [REDACTED]
[REDACTED]¹⁹⁹.
- (292) Para evaluar el paquete [REDACTED] a través del tiempo, se utilizó la modalidad de consumo de *single play*, por ser la que permite una mejor comparación inter temporal.²⁰⁰ Dicho paquete se oferta en 13 (trece) de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación que se ubican en las entidades federativas siguientes: i) Estado de México, ii) Guanajuato, iii) Jalisco, y iv) Puebla.²⁰¹

¹⁹⁶ Para mayor referencia véase el "Anexo X. Pruebas estadísticas de raíz unitaria y cointegración".

¹⁹⁷ Con el objeto de incrementar la robustez de ejercicio, este se replicó para el periodo comprendido entre enero de dos mil dos y marzo de dos mil diecinueve. No hubo cambio en el resultado. Para mayor referencia véase el "Anexo X. Pruebas estadísticas de raíz unitaria y cointegración".

¹⁹⁸ Anterior al año dos mil dieciséis, no hay información del paquete [REDACTED] en el RPC para la mayoría de los mercados relevantes de la Operación, lo cual imposibilita la comparación.

¹⁹⁹ El paquete [REDACTED]
[REDACTED]

²⁰⁰ El paquete [REDACTED] en las modalidades de consumo de *doble* y *triple play* mostró variaciones en el periodo analizado respecto a la cantidad de megas incluidos en el paquete, lo cual dificulta determinar la proporción de la variación del precio del paquete que es referente al STAR.

²⁰¹ En los mercados relevantes de Corregidora, El Marqués y Querétaro, en el estado de Querétaro, Megacable no oferta el paquete [REDACTED] en modalidad de *single play*; no obstante, sí se oferta en otras modalidades de consumo.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

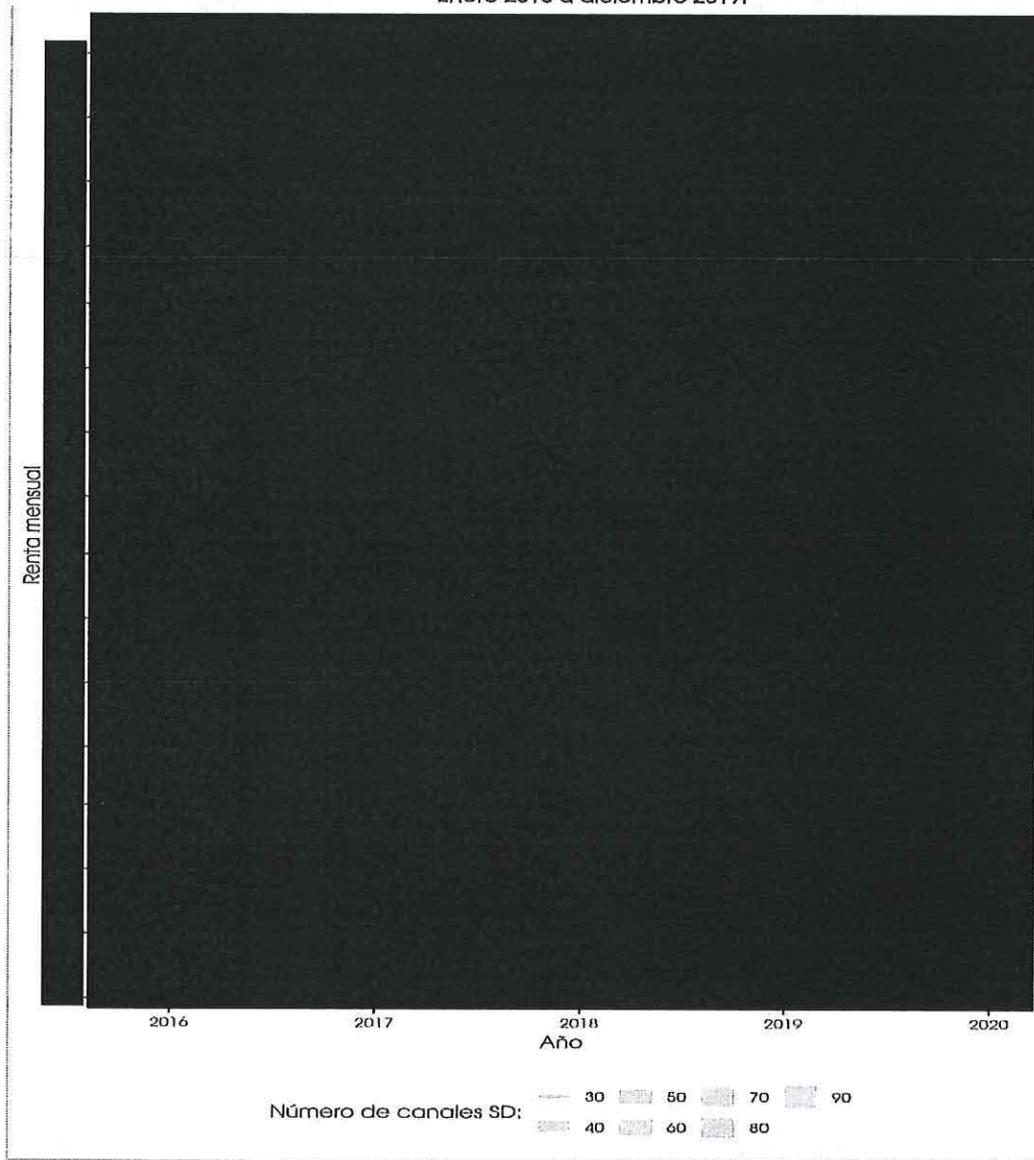
(293) En el periodo comprendido entre enero de dos mil dieciséis y diciembre de dos mil diecinueve, la información disponible en el RPC indica que las tarifas del paquete [REDACTED] de Megacable no varían entre los mercados relevantes que pertenecen a una misma entidad federativa, pero sí entre entidades federativas.²⁰² En vista de lo anterior, el Gráfico 9 muestra la evolución de las tarifas del paquete [REDACTED] en dicho periodo, para las cuatro entidades federativas en cuestión.²⁰³

(espacio en blanco)

²⁰² Existen diferencias únicamente con respecto a las fechas de las vigencias de algunas tarifas en diferentes mercados relevantes de la Operación que se ubican en una misma entidad federativa. Para mayor referencia ver "Anexo XI. Tarifas del paquete [REDACTED] de Megacable en los mercados relevantes de la Operación".

²⁰³ Los ID de las tarifas referidas son: [REDACTED]

Gráfico 9. Megacable: Tarifas del paquete [redacted] por entidad federativa.
Enero 2016 a diciembre 2019.



Notas:

^{a)} En el caso de Puebla, a finales del año dos mil diecinueve, entraron en vigor varias tarifas del paquete [redacted]

^{b)} Para mayor detalle de las tarifas presentadas en el Gráfico remítase al "Anexo XI. Tarifas del paquete [redacted] de Megacable en los mercados relevantes de la Operación".

Fuente: Elaboración propia con base en Información del RPC.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

- (294) En el Gráfico 9, cada segmento horizontal indica la renta mensual (eje vertical) de una tarifa del paquete denominado [REDACTED] que estuvo vigente en el intervalo de tiempo (eje horizontal) que corresponde a la longitud del segmento. El grosor del segmento es proporcional al número de canales SD (*Standard Definition*) que incluye el paquete para cada tarifa vigente.²⁰⁴ Por último, la tonalidad de los segmentos indica traslape de tarifas. Es decir, un tono oscuro indica que hubo varias tarifas vigentes en los mercados relevantes que se ubican en la entidad federativa, mientras que un tono claro indica la presencia de una o pocas tarifas.
- (295) Por un lado, se observa que la vigencia de las tarifas es diversa y rara vez extensa, pues únicamente en el estado de Puebla se ha mantenido vigente una misma tarifa desde principios de dos mil dieciséis hasta finales de dos mil diecinueve. Por otro lado, se observa que, a partir de dos mil dieciocho, las tarifas del paquete [REDACTED] empezaron a incluir un mayor número de canales. Inclusive, se observa que, en dicho año, en los mercados relevantes ubicados en el Estado de México y en Puebla, coexisten, al interior de cada entidad federativa, tarifas iguales, pero con distinto número de canales.
- (296) Asimismo, se observa que, en general, en dos mil diecinueve existió un incremento en la renta mensual de las tarifas vigentes en los mercados relevantes ubicados en las cuatro entidades federativas; esto sin que el número de canales aumentase. Por ejemplo, en los mercados relevantes ubicados en el estado de Guanajuato, [REDACTED] tenía una tarifa con renta mensual igual a [REDACTED], la cual incluía [REDACTED] canales SD y [REDACTED] canales de audio, y fue cancelada en diciembre de dos mil dieciocho. En los mismos mercados relevantes, pero en dos mil diecinueve, entró en vigencia una tarifa con renta mensual igual a [REDACTED], lo cual representa una diferencia del 16.06%. Para esta segunda tarifa se incluyeron [REDACTED] canales SD y los mismos [REDACTED] de audio.²⁰⁵
- (297) Finalmente, tomando como referencia el año de dos mil diecinueve, se observa una menor heterogeneidad en las tarifas vigentes entre las diferentes entidades federativas. Los mínimos y máximos de la renta mensual coinciden en el Estado de México, Jalisco y Puebla, entidades en las que se ubican 12 (doce) de los mercados relevantes de la Operación.²⁰⁶ En dos mil diecinueve, únicamente en el mercado relevante de León, que se ubica en el estado de Guanajuato, se observan tres tarifas a una renta inferior. Sin embargo, estas últimas se tratan de tarifas que incluyen un menor número de canales. Cabe resaltar que estos cambios en las

²⁰⁴ [REDACTED]

²⁰⁵ La información sobre los canales de cada tarifa está disponible en el RPC.

²⁰⁶ El mínimo es [REDACTED] y el máximo es [REDACTED].



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

tarifas se dan de forma indistinta a la zona geográfica y al tamaño del mercado (medido en términos de suscriptores).

(298) En conclusión, el paquete [REDACTED] en la modalidad de *single play* que oferta Megacable en los mercados relevantes de la Operación, se caracteriza principalmente por:

- i) ofrecer términos de contratación (tarifas, periodos de vigencia de la tarifa y número de canales SD) distintos entre entidades federativas, en el periodo de dos mil dieciséis a dos mil diecinueve; y
- ii) mostrar incrementos en las tarifas, durante el último año, en todas las entidades federativas, sin que esto necesariamente se haya reflejado en una mejora en el número de canales SD.

III.2.1.4.3. Ingresos por suscriptor y márgenes de ganancia

(299) A continuación, se presenta una comparación del ingreso mensual por suscriptor (sin decodificador) del STAR de los principales oferentes, en orden de importancia, en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, utilizando cifras del primer trimestre de dos mil diecinueve. La comparación se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 17. Estadísticas descriptivas del ingreso mensual por suscriptor (sin decodificador) de los principales oferentes, para los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, 1T 2019.

Operador	Número de MR	Promedio	Error Est.	95% Intervalo de confianza	Mín.	Max.
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019, Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019", el "Anexo VI. Índice de fojas de ingresos del Expediente AI/DC-002-2019", así como el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

(300) De la tabla anterior se advierte que, para el primer trimestre de dos mil diecinueve, [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED], seguido de [REDACTED]. Por tanto, la Operación le permitió a Megacable adquirir a un competidor que, [REDACTED] [REDACTED], en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación.²⁰⁷

²⁰⁷ Al respecto, Megacable indicó que [REDACTED]

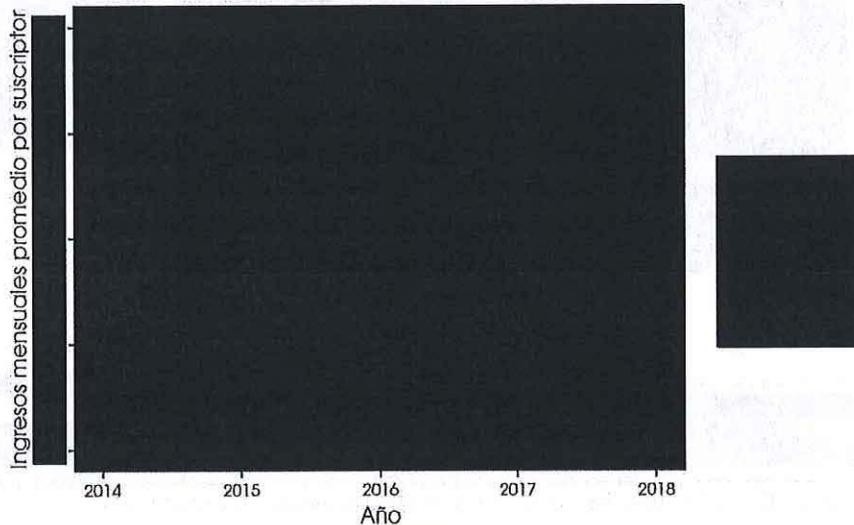
[REDACTED] Foja 825 del Expediente.

318180

(301) Asimismo, se advierte que [REDACTED] entre los 16 (dieciséis) mercados relevantes, en términos de ingreso mensual por suscriptor, toda vez que tienen los dos errores estándar más altos en la tabla anterior. Además, estos dos operadores también tienen los valores máximos más altos de entre los cinco participantes. Esto refleja que [REDACTED] en algunos mercados relevantes de la Operación.

(302) Por otro lado, la evolución de los Ingresos mensuales por suscriptor promedio para los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación de los principales oferentes, para el periodo comprendido entre dos mil catorce y dos mil dieciocho, refuerza lo señalado en los párrafos anteriores, como lo muestra el gráfico siguiente,

Gráfico 10. Ingreso mensual por suscriptor del STAR promedio para los 16 (dieciséis) mercados relevantes (antes de la Operación), 2014-2018.



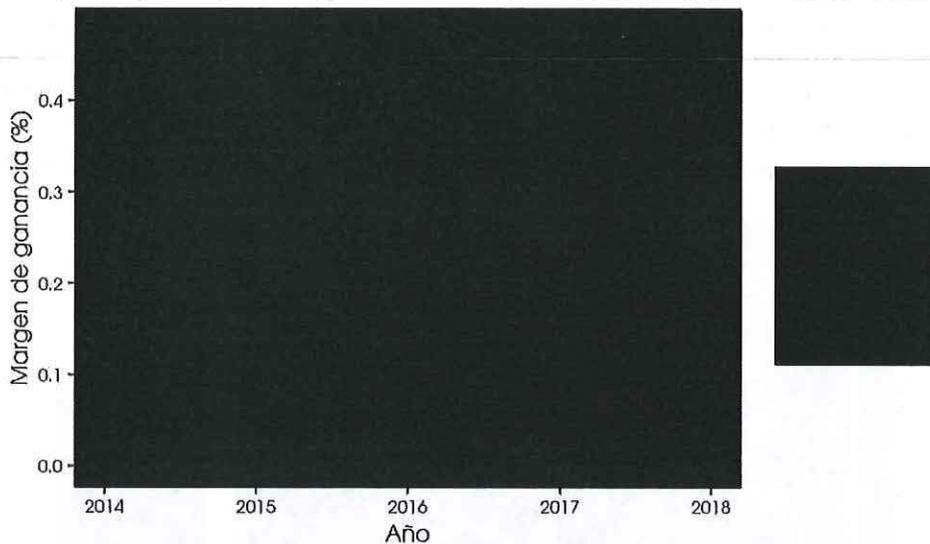
Nota: Para estimar los ingresos mensuales por suscriptor de Axtel se usaron datos a nivel ciudad debido a que es la mejor información disponible que abarca el periodo requerido.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019, Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019", el "Anexo VI. Índice de fojas de ingresos del Expediente AI/DC-002-2019", así como el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

(303) El Gráfico 10 muestra que [REDACTED] en sus ingresos mensuales por suscriptor promedio, en el periodo analizado, [REDACTED]. En cambio, se observa que [REDACTED].

- (304) Aunado a lo anterior, a continuación se analiza la evolución del margen de ganancia (entendido como la razón entre el UAFIDA²⁰⁸ y los ingresos) de los principales operadores del STAR, a nivel nacional, en el periodo de dos mil catorce a dos mil dieciocho.²⁰⁹ Al respecto, cabe señalar que, en mercados en los que existen presiones competitivas considerables no deberían presentarse márgenes de ganancia elevados de manera sostenida en el tiempo.

Gráfico 11. Margen de ganancia promedio, a nivel nacional, por agente económico, 2014-2018.



Notas:

^{a)} El margen de ganancia de [REDACTED]

^{b)} En el caso de [REDACTED] ²¹⁰

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1128, 1853, 1981, 2018, 3013 y 3649 del Expediente AI/DC-002-2019.

- (305) En el Gráfico 11 se observa que [REDACTED] márgenes de ganancia [REDACTED], los cuales han crecido de dos mil catorce a dos mil dieciocho. En particular, se observa que el margen de ganancia de [REDACTED] durante el periodo en cuestión respecto de los principales oferentes del STAR. A pesar de lo anterior, [REDACTED]

²⁰⁸ UAFIDA: Utilidad antes de Costos de Financiamiento, Impuestos, Depreciación y Amortización, para un periodo determinado.

²⁰⁹ El margen de ganancia es a nivel nacional toda vez que es la mejor información que se encuentra disponible.

²¹⁰ Por ser la mejor información disponible de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE. Cabe señalar que Megacable reportó la información de márgenes de ganancia por razón social, únicamente, a nivel nacional.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- margen de ganancia anual promedio (██████) ligeramente mayor ██████
██████ en el periodo analizado.
- (306) Por otro lado, también se observa que los márgenes de ganancia de ██████
████████████████████ en todos los años analizados. Por
su parte, ████████████████████. Además, a diferencia
del resto de competidores, a partir de dos mil dieciséis los márgenes de ganancia
de ████████████████████. En contraparte, durante los dos últimos
años, ██████████ tuvo un incremento considerable en su margen de ganancia.
- (307) En resumen, de lo señalado en los párrafos 259 a 306 anteriores, se advierte que
Megacable es el líder en 14 (catorce) mercados relevantes de la Operación,
mientras que GTV es líder en los 2 (dos) restantes. En 6 (seis) mercados relevantes
no se cumple alguna de las condiciones establecidas en el artículo 6 del Criterio
técnico del Instituto, mientras que en 8 (ocho) de los 10 (diez) mercados relevantes
restantes, no se cumple la condición establecida en el artículo 7, fracción b, del
Criterio técnico. Por lo tanto, en 14 (catorce) mercados relevantes no se satisfacen
las condiciones estipuladas en el artículo 6 o la condición del artículo 7, fracción b,
del Criterio técnico. Además, la evidencia reveló que existió alta estabilidad en las
participaciones de mercado, entre diciembre de dos mil quince y marzo de dos mil
diecinueve, principalmente en las participaciones de Megacable y GTV, mientras
que el poco movimiento que hubo en dicho periodo refleja un crecimiento
moderado en la participación de empresas pequeñas en términos de suscriptores,
lo cual ha afectado principalmente a Dish.
- (308) Adicionalmente, se mostró que de enero de dos mil catorce a diciembre de dos
mil dieciocho, hubo un incremento en el índice nacional de precios del STAR, tanto
en promedio como en cada una de las ciudades en las que se ubican los
mercados relevantes de la Operación; esto sin que exista evidencia de que la
variación en el tipo de cambio entre el peso mexicano y el dólar estadounidense
haya sido la causa.
- (309) En cuanto a las tarifas específicas del STAR de Megacable, se determinó que en el
periodo de dos mil dieciséis a dos mil diecinueve, dicho operador ofreció, para un
mismo paquete, una gama de tarifas heterogénea entre entidades federativas.
Asimismo, las tarifas del paquete más popular de *single play* de Megacable, que
se ofertaron en la mayoría de los mercados relevantes, han incrementado en el
último año sin que esto necesariamente se haya reflejado en una mejora en las
características del paquete.
- (310) Además, se señaló que los suscriptores adquiridos por Megacable a través de la
Operación, pertenecían a una empresa que registraba el ingreso mensual por
suscriptor del STAR promedio ██████████ para los 16 (dieciséis) mercados
relevantes, de acuerdo con cifras del primer trimestre de dos mil diecinueve.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- (311) Por lo tanto, en virtud de lo reseñado en los párrafos anteriores, existen indicios de que la Operación puede tener como objeto o efecto dañar la libre competencia y competencia económica, toda vez que refuerza la capacidad de Megacable de fijar precios y restringir el abasto en 14 (catorce) de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación. A efecto de continuar con el análisis de poder sustancial que establece el artículo 59 de la LFCE, en los numerales siguientes se analizan las demás consideraciones del caso.

III.2.2. Barreras a la entrada

- (312) La fracción II del artículo 59 de la LFCE establece que, para determinar si uno o varios agentes económicos tienen poder sustancial en los mercados relevantes deberá considerarse, entre otros elementos, los siguientes:

II. La existencia de barreras a la entrada y los elementos que previsiblemente puedan alterar tanto dichas barreras como la oferta de otros competidores;

- (313) El análisis de barreras a la entrada que se presenta en esta sección resulta aplicable para todos los mercados relevantes del STAR en donde tiene efectos la Operación. Esto es así debido a que las posibles restricciones financieras, de inversión y de costos de insumos, así como las restricciones normativas o las prácticas comerciales de los agentes económicos que puede enfrentar un potencial entrante son similares entre los mercados relevantes analizados.
- (314) Adicionalmente, el artículo 7 de las Disposiciones Regulatorias, en relación con el artículo 59, fracción II, de la LFCE, señala los elementos que pueden considerarse como barreras a la entrada, los cuales se analizan a continuación.

III.2.2.1. Los costos financieros, los costos de desarrollar canales alternativos y el acceso limitado al financiamiento, a la tecnología o a canales de distribución eficientes.

- (315) Una empresa que pretenda ingresar a los mercados relevantes del STAR en donde tiene efectos la Operación requiere contar con elementos de infraestructura que le permitan recibir las señales de los proveedores de contenidos audiovisuales, integrarlas y codificarlas en una señal que sea difundida a través de la red de distribución hasta llegar al domicilio de los suscriptores. Estos elementos de infraestructura dependerán del tamaño del mercado que pretenda atender, así como del tipo de tecnología de transmisión que utilice el proveedor del STAR, ya sea cable coaxial y/o fibra óptica (redes cableadas) o enlaces satélites. Además, independientemente de la tecnología de transmisión utilizada, cualquier proveedor del STAR deberá instalar por lo menos un centro de recepción, control y transmisión.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

- (316) Para contar con los elementos mencionados, los entrantes deben incurrir en costos de instalación y despliegue de Infraestructura y equipos que son en su mayoría fijos y hundidos. Dichos costos implican montos de inversión considerables, tal como se señala en los párrafos 324 a 328 de la sección "II.2.2.2. El monto, la indivisibilidad y el plazo de recuperación de la inversión requerida, así como la ausencia o escasa viabilidad de usos alternativos de Infraestructura y equipo", los cuales pueden configurar un obstáculo a la entrada.
- (317) Asimismo, para entrar a competir de manera efectiva en los mercados relevantes de la Operación, es necesario lograr una base de suscriptores que le permita a la empresa operar de manera rentable.²¹¹ En ese sentido, la empresa entrante deberá incurrir en mayores costos para desarrollar su canal de distribución en la medida en que la cobertura que desee atender sea mayor y más dispersa.
- (318) Por tanto, los costos a los que se podría enfrentar un entrante en los mercados relevantes de la Operación podrían ser muy elevados. En general, las empresas tienen diversas formas de financiamiento, entre las que destaca: i) reinversión de utilidades, ii) préstamos en el sistema financiero, iii) emisión de deuda, iv) alguna combinación de las opciones anteriores, entre otras.²¹²
- (319) Ahora bien, es necesario señalar que no todas las empresas contarán con las mismas posibilidades de financiamiento ni con las mismas condiciones de adquisición de deuda.
- (320) En este contexto, una empresa consolidada y con extensa trayectoria en el mercado podría tener facilidades para obtener acceso al financiamiento necesario para realizar proyectos de infraestructura. Esto porque enfrenta menos incertidumbre, dado que cuenta con el conocimiento del mercado, una base de suscriptores suficiente que puede asegurar utilidades para los inversionistas y un conjunto de activos que puede fungir como colateral para la deuda que se

²¹¹ La obtención de una amplia base de suscriptores en los mercados relevantes de la Operación resulta particularmente difícil, considerando la estabilidad mostrada por las participaciones de mercado de los principales agentes económicos en los últimos años, tal como se señaló en la sección "III.2.1.3. Medidas de estabilidad de las participaciones de mercado".

²¹² Al respecto, de acuerdo con la Encuesta Trimestral de Evaluación Coyuntural del Mercado Crediticio, realizada por el Banco de México, para el primer trimestre de dos mil dieciocho (enero a marzo), las fuentes de financiamiento que señalaron las empresas encuestadas son: i) financiamiento con proveedores (76.7%); ii) crédito de la banca comercial (31.2%); iii) financiamiento de otras empresas del grupo corporativo y/o matriz (15.5%); iv) la banca de desarrollo (5.8%); v) banca domiciliada en el extranjero (5.8%), y vi) emisión de deuda (2.6%). Incluso, en comparación con el primer trimestre de dos mil diecisiete, la proporción de empresas que utilizó financiamiento de proveedores aumentó (de 73.5% a 76.7%) en el primer trimestre de dos mil dieciocho, mientras que el crédito de la banca comercial disminuyó (de 35.5% a 31.2%). Fuente: Comunicado de prensa: Evolución del Financiamiento a las Empresas durante el Trimestre Enero - Marzo de 2018. Banco de México, México, Ciudad de México, del veintitrés de mayo de dos mil dieciocho. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 4824 del Expediente AI/DC-002-2019.

pretende adquirir. Estas características se acentúan si la empresa en cuestión forma parte de un grupo de interés económico solvente.²¹³

(321) En cambio, una empresa no consolidada que quisiera entrar al mercado podría tener dificultades para tener acceso al financiamiento debido que, en general, se enfrentará a escenarios más riesgosos e inciertos en comparación a los que enfrenta una empresa posicionada en el mercado.²¹⁴ Por ejemplo, podría adquirir deuda o créditos a precios (tasas de interés) más elevados que una empresa consolidada. Lo anterior, toda vez que podría considerarse como una inversión con mayor riesgo de impago, dado que la empresa podría enfrentar presiones competitivas fuertes por parte de los proveedores establecidos del STAR, o bien, podría no alcanzar la masa crítica de suscriptores que le permita cubrir sus obligaciones financieras, no contar con suficientes activos que actúen como colateral, entre otros.²¹⁵

(322) Aunado a lo anterior, en un entorno con altos niveles de concentración y poco dinamismo (véase sección "III.2.1.2. Participaciones de mercado e índices de concentración") como el que caracteriza a los mercados relevantes de la Operación, la probabilidad de que un nuevo entrante alcance una participación de mercado significativa (o, lo suficiente para operar de manera rentable) es aún menor. A manera de ejemplo, considérese el caso de Dish, que comenzó a proveer el STAR vía satélite desde dos mil ocho y que, a marzo de dos mil diecinueve, contaba con participaciones reducidas en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación (en promedio 11.58%),²¹⁶ incluso durante los años de dos mil diecisiete y dos mil dieciocho [REDACTED], en

²¹³ Como referencia, considérense los análisis bursátiles de BANORTE sobre Megacable y GTV, publicados el veintidós de julio de dos mil diecinueve y el veintidós de enero de dos mil diecinueve, respectivamente. En el análisis bursátil para Megacable, BANORTE sugirió comprar sus acciones, en virtud de su rentabilidad, sólida estructura financiera y capacidad para la generación de flujo de efectivo. Adicionalmente, BANORTE recomendó mantener las acciones de GTV a pesar de identificar factores de riesgo como un entorno local incierto, expectativas de menor gasto en publicidad del gobierno, entre otros. Aunado a lo anterior, en el Reporte Anual de Megacable 2018, se manifiesta la solidez financiera de la empresa, así como el bajo nivel de deuda adquirida en el dos mil dieciocho, estas características influyen directamente en la percepción que tiene el mercado financiero sobre la empresa y, consecuente, en el otorgamiento de créditos y compra de acciones. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5176 del Expediente AI/DC-002-2019.

²¹⁴ En el año dos mil dieciséis, solo 8.0% de las empresas micro, pequeñas y medianas contaba con financiamiento, contrastando con 56% de empresas grandes con financiamiento. Una vez que dichas empresas acceden al financiamiento, de acuerdo con datos de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, las tasas de interés otorgadas varían, siendo de 6.6% para empresas grandes, mientras que para empresas micro y pequeñas es superior a 10.0%. Fuente: Reportes Anuales de Inclusión Financiera 2017 y 2018 del Consejo Nacional de Inclusión Financiera. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5176 del Expediente AI/DC/002/2019.

²¹⁵ Cuanto mayor sea el riesgo de impago, mayor deberá ser la tasa de interés que cobrada. Principios de administración financiera, Lawrence J. Gitman, Chad J. Zutter, Pearson, México, 2012, p. 217.

²¹⁶ Participación promedio en términos de suscriptores en los mercados relevantes analizados. Cifras a marzo de dos mil diecinueve. Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

términos de suscriptores, en todos los mercados relevantes de la Operación.²¹⁷ Adicionalmente, Star Group, a pesar de haber ingresado a proveer el STAR desde dos mil dieciséis en algunos mercados relevantes, a marzo de dos mil diecinueve contaba con una participación promedio en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de 0.79%.²¹⁸ Así, un proyecto a desarrollar en los mercados relevantes podría resultar riesgoso para un inversionista en tanto existan bajas probabilidades de éxito.

- (323) En su conjunto, los factores anteriores podrían encarecer y/o limitar la obtención de los montos de financiamiento necesarios para el ingreso de nuevas empresas que, eventualmente, adquirieran la capacidad de ejercer presión competitiva en los mercados relevantes de la Operación. En este sentido, los costos financieros pueden constituir una barrera a la entrada.

III.2.2.2. El monto, la indivisibilidad y el plazo de recuperación de la inversión requerida, así como la ausencia o escasa viabilidad de usos alternativos de infraestructura y equipo

- (324) El nivel de inversión que debe enfrentar una nueva empresa para ingresar a los mercados relevantes del STAR en donde tiene efectos la Operación es variable y depende, principalmente, del tamaño del mercado que se desea atender (cobertura de la RPT) y del portafolio de contenidos audiovisuales que pretenda ofrecer.

- (325) La información proporcionada por los proveedores del STAR que operan en los mercados relevantes de la Operación indica que se requieren invertir sumas de dinero considerables en el despliegue y desarrollo continuo de una RPT. Por ejemplo, del dos mil quince al dos mil dieciocho, Megacable²¹⁹ invirtió

[REDACTED]

[REDACTED] en el mantenimiento de redes, en las cinco entidades federativas donde se ubican los

²¹⁷ [REDACTED]

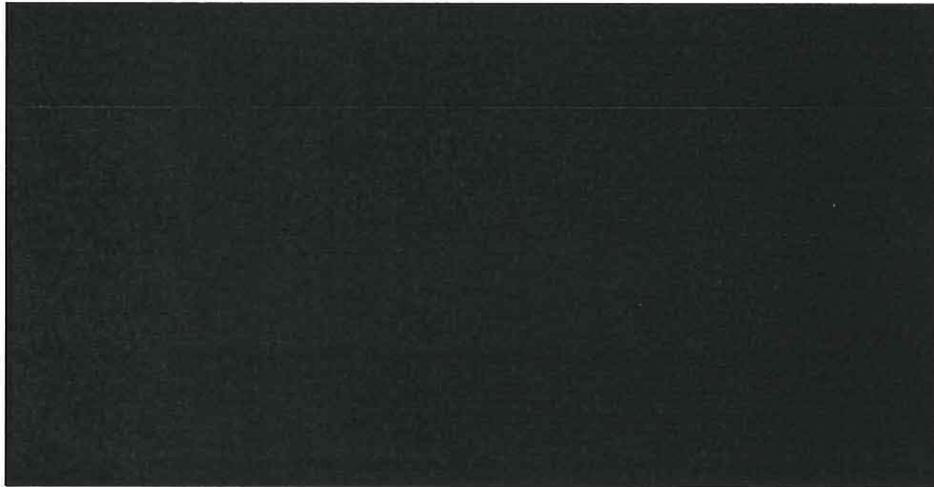
[REDACTED] Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

²¹⁸ Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834. Fojas 3669 a 3677 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

²¹⁹ A través de su subsidiaria Telefonía por Cable, S.A de C.V.

mercados relevantes de la Operación,²²⁰ tal como se muestra en el siguiente gráfico.

Gráfico 12. Inversión acumulada en el despliegue, modernización y mantenimiento de las RPT de Megacable^{1a} en las entidades federativas donde se ubican los mercados relevantes de la Operación.^{1b, 1c} 2015-2018.
Cifras en millones de pesos.



Notas:

^{1a} Las cifras de inversión en despliegue y modernización refieren a los montos invertidos por la subsidiaria de Megacable denominada Telefonía por Cable, S.A. de C.V.

^{1b} Las entidades federativas a las que pertenecen los mercados relevantes de la Operación son: Querétaro, Guanajuato, Estado de México, Puebla y Jalisco.

^{1c} Cifras redondeadas.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas señaladas en el "Anexo VIII. Índice de fojas de Inversión en Infraestructura del Expediente AI/DC-002-2019".

(326) Adicionalmente, al comparar la inversión acumulada en despliegue, modernización y mantenimiento de RPT de algunos de los principales operadores de redes cableadas (Megacable, GTV y Total Play), a nivel nacional, en el periodo de dos mil quince a dos mil dieciocho,²²¹ se observa que Megacable fue el proveedor del STAR que más invirtió en despliegue y modernización de infraestructura de red con un total de [REDACTED]

-las inversiones correspondientes de GTV y Total Play representaron el [REDACTED] y [REDACTED], respectivamente, del total del monto invertido por Megacable en el

²²⁰ Se utilizan los montos de inversión a nivel de entidad federativa, toda vez que es el mayor nivel de desagregación disponible de la información.

²²¹ Para la comparación de los datos de inversión, se utilizó información a nivel nacional por ser la mejor información disponible de conformidad con el artículo 120 de la LFCE. Asimismo, se utilizó información del periodo dos mil quince a dos mil dieciocho, ya que Total Play no operaba en los mercados relevantes en dos mil catorce.

periodo analizado-. Asimismo, se advierte que GTV fue el proveedor del STAR con mayor inversión en mantenimiento de infraestructura de red con un total de

[REDACTED] -las inversiones correspondientes de Megacable y Total Play representaron el [REDACTED] y [REDACTED], respectivamente, del total invertido por GTV-.

(327) Asimismo, se determinó que los proveedores del STAR invierten cada vez más en el despliegue o la adquisición de redes de fibra óptica. De acuerdo con el Reporte Anual Megacable 2018, Megacable ha acelerado las inversiones dirigidas, principalmente, a incrementar la capacidad de su red, así como a la actualización y construcción de nuevos kilómetros de red y adquisición de equipo terminal de suscriptores.²²² Además, se advierte que la adquisición de [REDACTED] kilómetros de fibra óptica de la red de última milla de Axtel es congruente con la apuesta tecnológica que Megacable ha planteado para el futuro, [REDACTED].^{223,224} Cabe señalar que, para proveedores del STAR de menor tamaño como Twister, los montos de inversión necesarios para desplegar infraestructura [REDACTED].²²⁵

(328) En el caso de los operadores que proveen el STAR vía satélite, la inversión para ingresar a los mercados relevantes de la Operación debe considerar la renta de transpondedores con la capacidad requerida para el envío, transmisión y recepción de señales. El costo anual de arrendar un transpondedor oscila, en promedio, entre [REDACTED] y [REDACTED].²²⁶

En el caso de los operadores satelitales Sky, Dish y Star Group, el número de transpondedores arrendados para proveer el STAR varía entre [REDACTED] y [REDACTED].²²⁷ Adicionalmente, se debe considerar que un operador satelital no

²²² Reporte Anual Megacable 2018 (p. 54), Fojas 1827 a 1834 del Expediente; Foja 69 del Expediente AI/DC-002-2019.

²²³ Reporte Anual Megacable 2018 (p. 54), Fojas 825 y 1827 a 1834 del Expediente; Foja 69 del Expediente AI/DC-002-2019.

²²⁴ Previo a la Operación, Megacable proveía el STAR a través de fibra óptica únicamente en [REDACTED] de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación. De esta manera, con la adquisición de la cartera de clientes de Axtel y de la red de última milla, aumentó el número de suscriptores del STAR a los que proveerá a través de fibra óptica. Fojas 1440 y 1459 del Expediente.

²²⁵ Twister argumentó que uno de los principales obstáculos económicos que ha enfrentado para desplegar redes cableadas que le permitan proveer el STAR han sido los [REDACTED]. Fojas 1012 a 1014 del Expediente.

²²⁶ Información proporcionada por Sky, Dish y Star Group. Fojas 1027 a 1834 del Expediente; Fojas 1853, 2354 y 3859 del Expediente AI/DC-002-2019.

²²⁷ Así, por ejemplo, en el año dos mil quince, cuando Star Group inició operaciones, arrendaba [REDACTED] transpondedores, con capacidad para transmitir [REDACTED] señales de televisión en definición estándar.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

ingresa a proveer el STAR a un municipio a la vez, sino que su entrada se planea contemplando varios municipios colindantes,²²⁸ a fin de diluir los costos de entrada entre una mayor cantidad de suscriptores.

- (329) Adicionalmente, para ingresar a los mercados relevantes del STAR en donde tiene efectos la Operación, una nueva empresa debe adquirir los derechos para la transmisión de contenidos audiovisuales, cuyo costo dependerá del número de canales a contratar, del nivel de audiencia de los canales y de la cantidad de suscriptores que se desea atender.
- (330) En general, para competir de manera efectiva en el mercado los proveedores del STAR deben contar con un portafolio variado y atractivo de canales de televisión que satisfaga la demanda heterogénea de los consumidores.²²⁹ Los agentes económicos que proveen el STAR en los mercados relevantes de la Operación destinan una proporción significativa de los ingresos del STAR a la adquisición de contenidos audiovisuales. Por ejemplo, en dos mil dieciocho, Megacable dedicó el [REDACTED] de sus ingresos del STAR, a nivel nacional, al pago de sus diez principales proveedores de contenidos, GTV el [REDACTED], Star Group un [REDACTED], Axtel un [REDACTED] y Dish un [REDACTED].²³⁰
- (331) Adicionalmente, los proveedores del STAR buscan incluir en su oferta comercial contenidos exclusivos que les permitan diferenciarse de sus competidores y atraer consumidores con mayor disposición a pagar.²³¹ El costo del contenido exclusivo

Actualmente, arrienda [REDACTED] transpondedores, con capacidad para transmitir [REDACTED] señales de televisión en definición estándar. En tanto, Sky arrienda [REDACTED], cuya capacidad se ha incrementado en los últimos 5 (cinco) años y es superior a [REDACTED] señales de televisión en definición estándar. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 1853, 2354, 3859 y 4824 del Expediente AI/DC-002-2019.

²²⁸ Star Group manifestó que, para ingresar al mercado [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED] Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 1195 y 1196 del Expediente.

²²⁹ Por ejemplo, Dish manifestó que uno de los factores que explican [REDACTED]
[REDACTED]. Por su parte, AMX reconoce que para un potencial enfrente en el mercado del STAR

[REDACTED] Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 1668 a 1670 y 1788 del Expediente AI/DC-002-2019.

²³⁰ Información proporcionada por los agentes económicos respecto al gasto anual en los diez principales proveedores de contenido, así como en los ingresos por la provisión del STAR (Incluyendo renta de decodificadores). Fojas 991 y 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 1128, 1333, 1853, 1981, 2018, 2162, 2354 y 3175 del Expediente AI/DC-002-2019.

²³¹ De la información que obra en el Expediente, se desprende que diversos concesionarios consideran relevante que la oferta comercial del STAR contenga contenidos exclusivos para competir efectivamente en el mercado. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 1104 a 1105, 1668 a 1670, 1785, 1786 y 1829 a 1830 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

puede ser altamente variable, en razón del impacto que tenga en la atracción y retención de la audiencia. Por ejemplo, un evento deportivo de nicho (carreras de caballos del Reino Unido) puede tener un costo de [REDACTED], mientras que eventos deportivos como la "Premier League 2016-2019" o la "Liga Mexicana del Pacífico" pueden costar [REDACTED] y [REDACTED], respectivamente.²³²

(332) Los datos antes señalados dan cuenta de los niveles de inversión que un nuevo agente económico debe enfrentar para ingresar a los mercados relevantes del STAR en donde tiene efectos la Operación. El plazo de recuperación de las inversiones mencionadas dependerá del tiempo que tarde el entrante en alcanzar una masa crítica de suscriptores que le permita competir de manera efectiva en los mercados relevantes de la Operación. Lo anterior, se dificulta por el elevado nivel de concentración que prevalece en todos los mercados relevantes del STAR y por el posicionamiento de Megacable en dichos mercados. Como se mencionó en la sección "III.2.1.2. Participaciones de mercado e índices de concentración", Megacable es el líder en 14 (catorce) de los 16 (dieciséis) mercados relevantes con participaciones, que oscilan entre 33.66% y 64.94%, en términos de suscriptores, a marzo de dos mil diecinueve.

(333) En este contexto, después de la Operación, la posición de liderazgo de Megacable se fortalece (véase sección "III.2.1.2. Participaciones de mercado e índices de concentración"), por lo que la probabilidad de que una empresa adicional entre a los mercados relevantes de la Operación con una oferta atractiva que permita lograr una base de suscriptores significativa y competir efectivamente en los mercados relevantes analizados es aún menor. En ese sentido, la inversión requerida para ingresar a los mercados relevantes y el plazo de recuperación de la misma, pueden configurar una barrera a la entrada.

III.2.2.3. La necesidad de contar con concesiones, licencias, permisos o cualquier clase de autorización o título habilitante expedido por Autoridad Pública, así como con derechos de uso o explotación protegidos por la legislación en materia de propiedad intelectual e industrial

(334) Para ingresar a los mercados relevantes del STAR en donde tiene efectos la Operación, una empresa requiere obtener una concesión por parte del Instituto. El artículo 66 de la LFTyR establece que se requiere de una concesión única para prestar todo tipo de servicios públicos de telecomunicaciones, incluido el STAR;

²³² Información proporcionada por GTV y Megacable. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1361 a 1362, 1383, 3843 a 3845 y 3878 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

asimismo, el artículo 67 de dicha ley señala que, de acuerdo con sus fines, la concesión única puede ser, entre otras, de uso comercial. Para obtener esta concesión es necesario cumplir con los requisitos establecidos por la LFTyR.²³³

- (335) En el caso de una nueva empresa que pretenda proveer el STAR a través de medios cableados, ya sea que desee desplegar una RPT o que solicite acceso a los servicios mayoristas del AEP en el sector de telecomunicaciones,²³⁴ deberá obtener los permisos correspondientes de las autoridades estatales y municipales, principalmente, para la realización de obra civil, el uso de los derechos de vía y la instalación de diversos elementos de infraestructura (por ejemplo, postes, ductos, cableado subterráneo y aéreo, entre otros).
- (336) Al respecto, la OCDE señaló que el estado actual de la normatividad municipal en México ha provocado reglas y procedimientos heterogéneos entre municipios y estados,²³⁵ e incluso entre municipios de un mismo estado, lo cual genera un alto grado de incertidumbre jurídica y a su vez "(...) entorpece la capacidad de los operadores para tomar decisiones de inversión razonadas e informadas (...)".²³⁶ Para las empresas que pretenden ofrecer el STAR, esto podría configurar un cuello de botella, en especial, cuando se requiere desplegar una RPT, o realizar obras, ampliaciones o adecuaciones para acceder a los servicios mayoristas, con base en los cuales se pretende proveer el STAR.
- (337) Por su parte, en el caso particular del AEP en el sector de telecomunicaciones, existe una restricción regulatoria para prestar el STAR. A mayor abundamiento, Telmex, empresa subsidiaria del AEP en el sector de telecomunicaciones, cuenta con un "título de concesión para construir, instalar, mantener, operar y explotar una red pública telefónica" que le permite prestar, entre otros, el SBAF y el STF,²³⁷ pero que no le permite "explotar, directa o indirectamente, (alguna) concesión de servicios de televisión al público en el país".²³⁸ En el pasado, Telmex ha manifestado su interés en incursionar en la prestación del STAR y ha pedido que el Instituto "(...)

²³³ Artículo 73 de la LFTyR.

²³⁴ De conformidad con la OREDA 2019, "(e)l encargado de realizar una obra civil, ya sea Telmex o el CS (concesionario solicitante), será responsable de la tramitación de los permisos de dicha obra civil ante la autoridad competente." Fuente: OREDA 2019, página 43, disponible para su consulta y descarga en el RPC.

²³⁵ Conforme a la fracción III del artículo 105 de la CPEUM, los municipios tienen a su cargo las calles y áreas públicas (vía pública), la administración del desarrollo urbano y la zonificación, el control y vigilancia del uso de suelo, otorgar permisos de construcciones, entre otras. En ese sentido, los municipios cuentan con autonomía para regular aspectos específicos en el ámbito de las competencias antes referidas, incluidas las actividades relacionadas con el despliegue de Infraestructura de telecomunicaciones.

²³⁶ OCDE (2017). Estudio de la OCDE sobre telecomunicaciones y radiodifusión en México 2017. Éditions OCDE, París. Págs. 176-178. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264280656-es>. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4824 del Expediente AI/DC-002-2019.

²³⁷ Otorgada el diez de marzo de mil novecientos setenta y seis, modificada por la SCT el diez de agosto de mil novecientos noventa y prorrogada por el Instituto el uno de diciembre de dos mil dieciséis, mediante resolución aprobada por el Pleno en su XXI sesión extraordinaria, celebrada en el mismo día y adoptada mediante acuerdo P/IFT/EXT/011216/50.

²³⁸ Condición 1.9 del título de concesión de Telmex.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

autorice su ingreso al negocio del video en México.”²³⁹ En ese sentido, se advierte que un agente económico que podría ejercer presión competitiva a Megacable en el mercado del STAR, enfrenta limitaciones regulatorias que le impiden proveer dicho servicio.²⁴⁰

(338) En el caso de los proveedores del STAR vía satélite, además de solicitar una concesión única, es necesario negociar con proveedores autorizados para arrendar capacidad satelital. En México, existen diversos proveedores de capacidad para servicios fijos satelitales, con huella y autorización para prestar dichos servicios en el país.²⁴¹

(339) En conclusión, para prestar el STAR se debe contar con un título de concesión única de uso comercial, independientemente del medio de transmisión que se utilice, para lo cual se deben cumplir los requisitos establecidos por la LFTyR y el Instituto. Asimismo, en el caso de que el entrante utilice medios cableados para proveer el STAR, tendría que tramitar diversos permisos a nivel estatal y municipal, con el fin de desplegar, mantener y/o realizar adecuaciones en su red, los cuales podrían retrasar o elevar el costo de entrada de nuevos operadores a los mercados relevantes de la Operación.

III.2.2.4. La Inversión en publicidad requerida para que una marca o nombre comercial adquiera una presencia de mercado que le permita competir con marcas o nombres establecidos

(340) Los proveedores del STAR ofrecen una amplia variedad de paquetes que incluyen diversos canales, contenidos y servicios adicionales dirigidos a consumidores con gustos heterogéneos. Un nuevo prestador del STAR requiere invertir en publicidad con el fin de dar a conocer sus paquetes, generar reconocimiento de marca y posicionarse en el mercado. Sin embargo, la información que obra en el Expediente no permite concluir que sea necesario invertir montos significativos en publicidad en los mercados relevantes del STAR.

(341) En particular, se observa que el monto de inversión en publicidad, como proporción de los ingresos por la provisión del STAR, no es elevado, ni para los oferentes del STAR ya establecidos, ni para los nuevos competidores, excepto en el caso de [REDACTED]

²³⁹ “Slim pide acceso a la TV de paga por satélite y a cambio ofrece usar las redes de Telmex, Telcel y Altán”, en la página de “El Economista”, publicada el veintinueve de mayo de dos mil diecinueve. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 5446 a 5451 del Expediente AI/DC-002-2019.

²⁴⁰ Al respecto, AMX manifestó que: [REDACTED]

[REDACTED] (Énfasis añadido). Fuente: Fuente: Foja 853 del Expediente.

²⁴¹ Los proveedores de capacidad satelital de Dish, Star Group y Sky son: [REDACTED] respectivamente. Fuente: Información proporcionada por Dish, Star Group y Sky, así como títulos de concesión de los proveedores satelitales, disponibles en el RPC. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 1853, 2354 y 3859 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

■. En el período de dos mil quince a dos mil dieciocho, la inversión anual en publicidad de los operadores representó, en general, entre 0.01% y 12.50% de los ingresos por la provisión del STAR. Solo ■, la proporción del gasto en publicidad fue mayor, con porcentajes de 29.12% hasta 55.38%.²⁴²

- (342) Así pues, de la información que obra en el Expediente, no se desprende que la inversión en publicidad constituya una barrera a la entrada insalvable.

III.2.2.5. Las limitaciones a la competencia en los mercados Internacionales

- (343) La LFTyR, en los artículos 66 y 67, establece que las concesiones para prestar todo tipo de servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión son únicas y pueden ser de uso comercial, público, privado y social. Dicha ley también establece que las concesiones únicas se otorgarán exclusivamente a personas físicas y morales con nacionalidad mexicana (artículo 71 de la LFTyR).
- (344) El STAR no es susceptible de ser importado, toda vez que la contratación y la prestación del servicio están limitados al territorio donde los suscriptores habitan y los concesionarios están autorizados a proveer el servicio. Las concesiones para otorgar el servicio deben ser solicitadas ante este Instituto debido a la naturaleza jurídica de las RPT.
- (345) En resumen, existen limitaciones a la competencia en los mercados internacionales, pero estas son inherentes a las limitaciones técnicas y comerciales propias del servicio y a su naturaleza jurídica, por lo que no son relevantes para este análisis.

III.2.2.6. Las restricciones constituidas por prácticas comunes de los Agentes Económicos establecidos en el mercado relevante

- (346) De la información que obra en el Expediente no se identificaron prácticas de los agentes económicos que participan en los mercados relevantes de la Operación que podrían inhibir la entrada de competidores en dichos mercados.

III.2.2.7. Los actos de Autoridad Pública o disposiciones Jurídicas que discriminen en el otorgamiento de estímulos, subsidios o apoyos a ciertos productores, comercializadores, distribuidores o prestadores de servicios

- (347) Al respecto, no se tienen elementos en el Expediente que permitan suponer la existencia de actos de autoridades federales, estatales o municipales que

²⁴² Información de gasto en publicidad e ingresos por la provisión del STAR (incluyendo renta de decodificadores) de ■, Fojas 991 y 1827 a 1834. Fojas señaladas en el "Anexo VI. Índice de fojas de Ingresos del Expediente AI/DC-002-2019", así como fojas 723, 1128, 1201, 1981, 3013, 3649 y 4013 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

discriminen en el otorgamiento de estímulos, subsidios o apoyos a ciertos productores, comercializadores, distribuidores o prestadores del STAR.

III.2.2.8. Estadísticas de Ingreso a los mercados relevantes

- (348) En esta sección, se describe la dinámica de ingreso de los agentes económicos en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, durante el periodo de diciembre de dos mil quince a marzo de dos mil diecinueve, así como la participación de mercado alcanzada por los entrantes.²⁴³
- (349) Al respecto, se advierte que, únicamente Total Play y Star Group ingresaron a diversos mercados relevantes de la Operación en el periodo analizado. En dos mil quince, Total Play entró a 10 (diez) mercados relevantes; posteriormente entró a un mercado adicional en dos mil dieciocho. Por su parte, en dos mil dieciséis Star Group comenzó a proveer el STAR en 13 (trece) mercados relevantes y, en dos mil diecisiete ingresó a los 3 (tres) mercados relevantes restantes.
- (350) A pesar de que Total Play y Star Group lograron ingresar a diversos mercados relevantes de la Operación en el periodo de dos mil quince a dos mil diecinueve, aún no han logrado obtener participaciones de mercado significativas en términos de suscriptores. En el caso de Total Play, su participación de mercado más alta ascendió a [REDACTED] y, en promedio sus participaciones fueron de [REDACTED], en el periodo analizado. Por su parte, la participación de mercado más alta de Star Group fue de [REDACTED] y, en promedio de [REDACTED], en el mismo periodo.²⁴⁴
- (351) En el caso de GTV, se observa que, en el periodo analizado, ha operado a través de su plataforma cableada, únicamente en 1 (uno) de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, a saber: Querétaro, Querétaro; mientras que ha participado en la totalidad de los mercados relevantes a través de su plataforma satelital (Sky).
- (352) Por último, cabe señalar que, de dos mil quince a dos mil diecinueve, Megacable se ha mantenido como el operador principal en 13 (trece) de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación,²⁴⁵ con participaciones de mercado que han

²⁴³ Solo para este periodo se cuenta con información desagregada de todos los agentes económicos que participan en los mercados relevantes de la Operación.

²⁴⁴ Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019, Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

²⁴⁵ Los mercados relevantes de la Operación en los que Megacable ha mantenido su liderazgo, en términos de suscriptores, de dos mil quince a dos mil diecinueve son los siguientes: (1) Metepec, (2) San Mateo Atenco, (3) Toluca y (4) Zinacantan, en el Estado de México; (5) León, en el estado de Guanajuato; (6) Guadalajara, (7) San Pedro Tlaquepaque y (8) Tonalá, en el estado de Jalisco; (9) Cuautlancingo, (10) Puebla y (11) San Pedro Cholula, en el estado de Puebla; y (12) Corregidora y (13) El Marqués, en el estado de Querétaro.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

oscilado entre 37.82% y 67.25%, en términos de suscriptores.²⁴⁶ Por su parte, GTV se ha mantenido en la segunda y tercera posición en dichos mercados relevantes, con participaciones de mercado que han oscilado entre 9.62% y 35.96%.

(353) En conclusión, se determinó que los agentes económicos que deseen ingresar a los mercados relevantes a proveer el STAR enfrentan barreras a la entrada derivadas de la necesidad de invertir montos elevados en la adquisición de contenidos audiovisuales, despliegue modernización y mantenimiento de infraestructura de red, así como por la dificultad de recuperar las inversiones realizadas en un periodo razonable. Aunado a ello, el acceso a financiamiento también puede representar una barrera a la entrada para aquellos agentes económicos que no cuenten con una base consolidada de suscriptores del STAR o con una RPT confiable y de alta capacidad. Adicionalmente, los entrantes a los mercados relevantes deben tramitar diversos permisos a nivel estatal y/o municipal con el fin de realizar actividades relativas al despliegue de Infraestructura pasiva de telecomunicaciones fijas.

(354) Por lo tanto, dada la naturaleza y el tiempo que toma realizar proyectos de despliegue y modernización de infraestructura, así como el tiempo que requiere acumular una base de suscriptores que permita operar de manera rentable en un mercado, se considera que es poco probable que algún entrante pueda ingresar a ejercer presión competitiva en los mercados relevantes de la Operación en el corto plazo.

III.2.3. Existencia y poder de competidores

(355) De acuerdo con la fracción III del artículo 59 de la LFCE, para determinar si uno o varios agentes económicos tienen poder sustancial en los mercados relevantes deberá considerarse, entre otros elementos, los siguientes:

III. La existencia y poder de sus competidores

(356) La siguiente tabla permite visualizar la cantidad de mercados relevantes de la Operación en los que tiene presencia cada agente económico, el rango de sus

²⁴⁶ Cabe mencionar que la información histórica de suscriptores de [REDACTED]

[REDACTED]. Por lo tanto, se calcularon las participaciones de mercado de dichos mercados relevantes con base en información de facturación, toda vez que la mejor información disponible con desagregación anual, Fojas 1814 a 1816 y 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 3669 y 3670 del Expediente AI/DC-002-2019, Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

participaciones de mercado, así como el número de mercados relevantes en los que, en su caso, el agente económico ocupa la primera y segunda posición.

Tabla 18. STAR. Presencia y posicionamiento de los competidores en los mercados relevantes de la Operación. Marzo 2019.

Agente económico	Mercados relevantes	Participaciones (%)			1 ^{ra} posición	2 ^{da} posición
		Máximo	Mínimo	Promedio		
Megacable	16	64.94	33.66	50.88	14	2
GTV	16	46.82	13.26	27.65	2	12
Total Play	11	23.75	2.13	13.11		2
Dish	16	19.94	4.72	11.58		
Twister	1	1.26	1.26	1.26		
Star Group	16	1.83	0.16	0.80		

Nota: Las cifras se calcularon con información posterior a la Operación.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019, Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019", así como el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

- (357) De la tabla anterior se advierte que Megacable, GTV, Dish y Star Group tienen presencia en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, seguidos por Total Play con presencia en 11 (once) mercados relevantes y Twister que solo tiene presencia en un mercado relevante.
- (358) En términos de suscriptores del STAR, después de la Operación, Megacable alcanza una participación promedio de 50.88% en los 16 (dieciséis) mercados relevantes del STAR, seguido de GTV (27.65%) y otros competidores de menor tamaño como Total Play (13.11%) y Dish (11.58%).
- (359) De los 16 (dieciséis) mercados relevantes que involucra la Operación, Megacable es líder en 14 (catorce) de ellos (el 87.50%) y ocupa la segunda posición en 2 (dos) mercados relevantes (el 12.50%).²⁴⁷ Por su parte, GTV se posicionó como líder en 2 (dos) mercados relevantes (el 12.50%) y se ubicó como segundo en 12 (doce) mercados relevantes (el 75.00%).
- (360) Megacable también es el proveedor del STAR que cuenta con la mayor infraestructura de red, tanto propia como arrendada, en las entidades federativas en las que se ubican los mercados relevantes de la Operación (Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Puebla y Querétaro). En suma, en dichas entidades federativas, Megacable posee [REDACTED] kilómetros, [REDACTED] GTV con [REDACTED] kilómetros y Total Play con [REDACTED] kilómetros.²⁴⁸ En este sentido, la Operación refuerza el liderazgo de Megacable, toda vez que acumula [REDACTED] kilómetros adicionales que corresponden a la red de última milla de Axtel.

²⁴⁷ Los únicos dos mercados relevantes en los que Megacable no es líder después de la Operación son: Lerma, Estado de México y Querétaro, Querétaro.

²⁴⁸ Cifras antes de la Operación.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

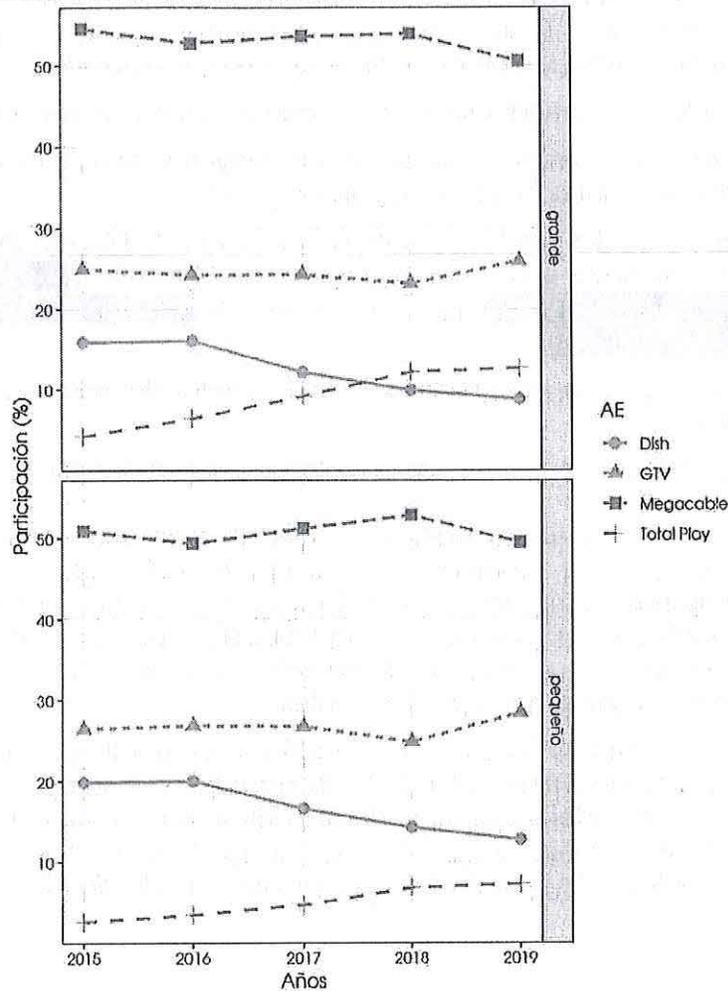
AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- (361) Adicionalmente, se analizó la evolución promedio de las participaciones de mercado de los principales competidores, clasificados según el tamaño del mercado relevante, en términos de suscriptores, de diciembre de dos mil quince a marzo de dos mil diecinueve. Para ello se clasificaron los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, por número de suscriptores, en grandes y pequeños.²⁴⁹ La evolución de las participaciones se aprecia en el siguiente gráfico:

(espacio en blanco)

²⁴⁹ Los mercados clasificados como grandes fueron 5 (cinco) y registraron entre [redacted] y [redacted] suscriptores. Los mercados clasificados como pequeños fueron 11 (once) y registraron entre [redacted] y [redacted] suscriptores. El método de clasificación de los mercados relevantes utilizó el algoritmo de K-medias (para mayor referencia sobre este algoritmo véase López, C.P. (2007), *Minería de datos: técnicas y herramientas*. Editorial Paraninfo.).

Gráfico 13. STAR. Evolución de las participaciones en términos de suscriptores de los principales competidores en los mercados relevantes de la Operación, 2015-2019.



Nota: De los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, 5 (cinco) fueron clasificados como grandes (León, Guanajuato; Guadalajara, Jalisco; Toluca, Estado de México; Puebla, Puebla; y Querétaro, Querétaro) y 11 (once) como pequeños: (San Pedro Tlaquepaque y Tonalá, Jalisco; Lerma, Metepec, San Mateo Atenco y Zinacantepec, Estado de México; Cuautlancingo, San Andrés Cholula y San Pedro Cholula, Puebla; y Corregidora y El Marqués, Querétaro).

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019", así como el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

(362)

Del gráfico anterior se desprenden las siguientes observaciones para el periodo de diciembre de dos mil quince a marzo de dos mil diecinueve:



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- i. Megacable, en promedio, mantuvo relativamente estables sus participaciones en los mercados relevantes, independientemente de su tamaño, tal como lo indicaron los coeficientes de la sección "III.2.1.3. Medidas de estabilidad de las participaciones de mercado";
 - ii. Megacable, en promedio, se mantuvo como líder en las dos clasificaciones;
 - iii. GTV tuvo, en promedio, las segundas mayores participaciones en los mercados relevantes en las dos clasificaciones;
 - iv. La brecha entre las participaciones de mercado de Megacable y GTV, en promedio, es mayor en los mercados relevantes grandes (██████████) que en los pequeños (██████████);
 - v. Total Play registró mayor crecimiento en los mercados relevantes de mayor tamaño, y
 - vi. Dish perdió participación en las dos clasificaciones durante los últimos dos años.
- (363) En general, la evolución de las participaciones de mercado de los principales oferentes indica que, en promedio, en los últimos años, Megacable no ha enfrentado presiones competitivas considerables de sus competidores en los mercados relevantes de la Operación, en particular de su principal rival que es GTV. No obstante, se observó que el grado de asimetría que existe entre Megacable y GTV varía entre los distintos mercados relevantes.
- (364) Para evaluar con mayor detalle las presiones competitivas que enfrenta Megacable respecto de GTV se calculó el *indicador de dominancia* de Melnik, Shy y Stenbacka,²⁵⁰ el cual además de considerar la intensidad competitiva que existe en los mercados relevantes, considera el grado de barreras que enfrentan los potenciales entrantes.²⁵¹ Los resultados del *indicador de dominancia* se muestran en la Tabla 19.

(espacio en blanco)

²⁵⁰ Para mayor referencia consultar: i) Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, 2017. "Herramientas cuantitativas para el análisis de concentraciones económicas", fojas 1333 a 1342 del Expediente, fojas 7036 a 7052 del Expediente AI/DC-001-2019, y ii) Melnik et al., 2008. "Assessing market dominance", Journal of Economic Behavior & Organization 68 (2008) 63-72 disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167268108000760>.

²⁵¹ Tal como se concluyó en la sección "III.2.2. Barreras a la entrada", los agentes económicos que deseen ingresar a los mercados relevantes a proveer el STAR enfrentan barreras a la entrada considerables.

Tabla 19. STAR. Participaciones de mercado, en términos de suscriptores, de los principales oferentes en los mercados relevantes después de la Operación e Indicador de dominancia. Marzo 2019.

ID	Estado	Municipio	Megacable Después (%)	GTV (%)	Total Play (%)	Dish (%)	Umbral de dominancia (%)		Líder	Dominancia
							$\gamma = 1$	$\gamma = 2$		
1	Estado de México	Leona	34.43	40.52	7.88	15.47	47.71	45.43	GTV	No
2	Estado de México	Metepec	39.31	34.13	13.67	11.87	48.10	46.20	Megacable	No
3	Estado de México	San Mateo Atenco	49.01	35.96		13.64	44.46	38.91	Megacable	Si
4	Estado de México	Toluca	38.59	26.36	23.75	9.35	46.03	42.06	Megacable	No
5	Estado de México	Zinacantan	51.17	34.31		12.69	42.80	35.59	Megacable	Si
6	Guanajuato	León	59.97	20.61	7.76	11.12	34.14	18.29	Megacable	Si
7	Jalisco	Guadalajara	61.62	13.26	16.70	8.35	32.47	14.94	Megacable	Si
8	Jalisco	San Pedro Tlaquepaque	52.04	15.58	23.04	8.95	39.10	28.20	Megacable	Si
9	Jalisco	Tonala	53.38	20.62	11.64	8.82	35.08	20.16	Megacable	Si
10	Puebla	Cuatlaningo	64.41	21.85		13.35	31.65	13.29	Megacable	Si
11	Puebla	Puebla	63.43	22.41	13.14	10.58	38.24	26.47	Megacable	Si
12	Puebla	San Andrés Cholula	33.66	32.44	20.84	12.64	49.60	49.20	Megacable	No
13	Puebla	San Pedro Cholula	47.25	32.23		19.94	44.03	38.06	Megacable	Si
14	Querétaro	Corregidora	60.18	22.31	3.66	13.02	34.38	18.76	Megacable	Si
15	Querétaro	El Marqués	64.94	22.94		10.72	31.64	13.09	Megacable	Si
16	Querétaro	Querétaro	45.84	46.82	2.13	4.72	49.55	49.10	GTV	No

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019", así como el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

(365) El *indicador de dominancia* establece que una empresa es candidata a tener una posición dominante si es líder en el mercado relevante y, además, su participación (*ex post*) es mayor al umbral de dominancia calculado para cada mercado relevante.²⁵² En la Tabla 19, el umbral de dominancia se calculó considerando dos escenarios respecto a la presencia de barreras a la entrada en los mercados relevantes: un escenario con presencia media de barreras ($\gamma = 1$) y uno con presencia elevada ($\gamma = 2$). Bajo los dos escenarios planteados, los mismos mercados relevantes actualizan el supuesto de dominancia.

(366) En particular, se determinó que en 11 (once) mercados relevantes de la Operación se crea o se refuerza la posición dominante de Megacable.²⁵³ En dichos mercados,

²⁵² El umbral de dominancia, denotado como s_D , se calcula de la siguiente manera:

$$s_D = \frac{1}{2} \left(1 - \gamma (s_1 - s_2) \left(1 - \sum_{i=3}^N s_i \right) \right) = \frac{1}{2} (1 - \gamma (s_1^2 - s_2^2))$$

donde $s_i \in [0,1]$, $i = 1, 2, \dots, N$, es la participación (en decimales) del i -ésimo operador en el mercado relevante, ordenado de mayor a menor participación, y $\gamma > 0$ es el parámetro que mide las barreras a la entrada de la industria. El parámetro de barreras puede asumir tres valores: i) $\gamma = 0.5$ representa poca presencia de barreras a la entrada; ii) $\gamma = 1$ representa un nivel intermedio de barreras a la entrada; y iii) $\gamma = 2$ significa una fuerte presencia de barreras a la entrada. Para mayor referencia puede consultar: i) Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, 2017. "Herramientas cuantitativas para el análisis de concentraciones económicas", fojas 1333 a 1342 del Expediente, fojas 7036 a 7052 del Expediente AI/DC-001-2019, y ii) Melnik et al., 2008. "Assessing market dominance". Journal of Economic Behavior & Organization 68 (2008): 63-72 disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167268108000760>.

²⁵³ Los 11 (once) mercados relevantes de la Operación en los que el criterio de Melnik, Shy y Stenbacka señala que se crea o se refuerza una posición dominante son: (1) León, Guanajuato; (2) Guadalajara, (3) San Pedro

Megacable ocupa la primera posición con participaciones que oscilan entre 47.25% y 64.94%. Además, según el *indicador de dominancia* de Melnik, Shy y Stenbacka, Megacable no es candidato a tener una posición dominante en los 2 (dos) mercados relevantes en los que GTV es líder (Lerma, Estado de México y Querétaro, Querétaro), así como en 3 (tres) mercados relevantes más (Meteppec, Estado de México; Toluca, Estado de México y San Andrés Cholula, Puebla), en los cuales se detectó la presencia de competidores que poseen un tamaño tal que podrían ejercer una mayor presión competitiva.²⁵⁴

(367) Se advierte que los 11 (once) mercados relevantes que actualizan el *indicador de dominancia* de Melnik, Shy y Stenbacka, son un subconjunto de los 14 (catorce) mercados relevantes en los que no se satisfacen las condiciones estipuladas en el artículo 6 o la condición del 7, fracción b, del Criterio técnico, como se señaló en la sección "III.2.1.2. Participaciones de mercado e índices de concentración",²⁵⁵ La diferencia entre estos dos conjuntos corresponde a los mercados relevantes de: i) Meteppec, Estado de México; ii) Toluca, Estado de México y iii) Querétaro, Querétaro; en este último, el líder es GTV.

(368) Para los mercados de Toluca y Meteppec, a continuación, se presenta una tabla que contiene las participaciones de Megacable, en términos de suscriptores, a diciembre de dos mil quince y a marzo de dos mil diecinueve, así como la tasa de cambio en sus participaciones durante este periodo.

Tabla 20. Megacable. Participaciones del STAR en los mercados relevantes de Meteppec y Toluca. Diciembre 2015 y marzo 2019.

Mercado	Participaciones (%)		
	2015	1T2019	Cambio
Meteppec	44.34	37.82	-14.71
Toluca	48.49	37.94	-21.76

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019", así como el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

(369) En la tabla anterior se puede apreciar que, en el periodo analizado, Megacable perdió participación de forma considerable ante sus competidores y que, tanto en Meteppec como en Toluca, la participación cayó por debajo del 40%. En adición, a marzo de dos mil diecinueve, el segundo mayor competidor en los mercados

Tlaquepaque y (4) Tonalá, en Jalisco; (5) San Mateo Atenco y (6) Zinacantepec, en Estado de México; (7) Cuautlancingo, (8) Puebla y (9) San Pedro Cholula, en Puebla, y (10) Corregidora y (11) El Marqués, en Querétaro.

²⁵⁴ Los agentes referidos son GTV, Total Play y Dish, en ese orden de importancia.

²⁵⁵ Los 14 (catorce) mercados relevantes en los que no se satisface el criterio de referencia son: (1) León, en el estado de Guanajuato; (2) Guadalajara, (3) San Pedro Tlaquepaque y (4) Tonalá, en el estado de Jalisco; (5) Meteppec, (6) San Mateo Atenco, (7) Toluca y (8) Zinacantepec, en el Estado de México; (9) Cuautlancingo, (10) Puebla y (11) San Pedro Cholula, en el estado de Puebla; y (12) Corregidora, (13) El Marqués y (14) Querétaro, en el estado de Querétaro.

relevantes de Metepec y Toluca (GTV) tuvo una participación de 34.13% y 26.36%, respectivamente (ver Tabla 19).

- (370) Por lo tanto, de acuerdo con el *indicador de dominancia* (Melnik, Shy y Stenbacka) y tomando en consideración la evolución de las participaciones de Megacable frente a sus competidores, se concluye que en 11 (once) mercados relevantes de la Operación, Megacable no enfrenta presiones competitivas de sus competidores que permitan contrarrestarlo.

III.2.4. Acceso a Insumos

- (371) Conforme a la fracción IV del artículo 59 de la LFCE para determinar si uno o varios agentes económicos tienen poder sustancial en los mercados relevantes deberá considerarse, entre otros elementos, los siguientes:

IV. Las posibilidades de acceso del o de los Agentes Económicos y sus competidores a fuentes de Insumos;

- (372) El análisis de acceso a insumos que se presenta en esta sección resulta aplicable para todos los mercados relevantes del STAR en donde tiene efectos la Operación. Esto es así debido a que las posibles restricciones económicas, físicas o normativas para acceder a los insumos que enfrentan los agentes económicos son similares entre los mercados relevantes analizados.
- (373) Los agentes económicos que proveen el STAR requieren diversos insumos, dos de los cuales resultan fundamentales para su desempeño: los contenidos audiovisuales y la red pública de telecomunicaciones para distribuirlos.

III.2.4.1. Acceso a contenidos audiovisuales

- (374) Los contenidos audiovisuales son fundamentales para el resultado exitoso de cualquier agente económico que compita en los mercados relevantes del STAR. Esto debido a que la oferta comercial de un proveedor del STAR será atractiva en la medida en que incluya una amplia gama de contenidos audiovisuales que sean valorados por los usuarios del servicio.²⁵⁶

²⁵⁶ La importancia de la cantidad y variedad de los contenidos para el usuario del STAR se refleja, por ejemplo, en el hecho de que el índice de calidad percibida para el STAR, que se publica en la Cuarta Encuesta Trimestral de 2018 a usuarios de servicios de telecomunicaciones, publicada por el IFT, toma en cuenta, entre otros factores, la "disponibilidad de muchos canales o programación variada". Asimismo, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2017, entre las principales razones por las cuales los usuarios del STAR contratan el servicio se encuentran las siguientes (entre paréntesis se muestra el porcentaje de encuestados urbanos y rurales que señalaron estas razones): "tener más opciones a contenidos y canales" (35% y 30%), "transmiten programas que no puedo ver en otro lado" (15% y 11%) o "tienen canales de televisión abierta en horario de programación diferida" (6% y 5%). Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 5226 y 3296 del Expediente AI/DC-002-2019.

III.2.4.1.1. Adquisición de canales del STAR

- (375) Desde esta perspectiva, la demanda por canales del STAR de parte de los operadores está relacionada con la demanda de los suscriptores. Como las preferencias de los suscriptores son heterogéneas, los canales de televisión deben de incluir contenidos con temas y horarios que permitan satisfacer las distintas preferencias. Además, estas preferencias suelen variar en el tiempo para un mismo usuario, por lo cual se tiene una gama diversa de preferencias para el universo de usuarios finales. Los proveedores del STAR deben contemplar esta característica, por lo que requieren de contenidos programáticos distintos, pero que resultan complementarios para el consumidor en el tiempo, de tal manera que este puede elegir entre diversos contenidos en un mismo momento.²⁵⁷
- (376) En este contexto, los canales del STAR que incluyen los operadores en sus ofertas comerciales pueden clasificarse de acuerdo al tipo de programación que incluyen en las siguientes categorías: radiodifundida, películas y series, deportes, fácticos, noticias, música, infantil y entretenimiento.
- (377) En el caso de los canales de televisión radiodifundida, es importante señalar que, tanto GTV como Grupo Salinas -los dos principales agentes económicos en términos de audiencia del servicio de televisión radiodifundida-²⁵⁸ están obligados a permitir la retransmisión de sus canales de televisión radiodifundida por parte de los concesionarios que proveen el STAR en las zonas de cobertura donde coincidan sus señales.²⁵⁹ En este sentido, los proveedores del STAR que participan en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación tienen acceso a dichos canales de televisión, por tanto, no se consideran en el análisis posterior.
- (378) Ahora bien, Megacable es una empresa de medios que se encuentra integrada verticalmente, la cual participa en todas las etapas de la cadena de valor de los contenidos audiovisuales: i) producción de contenidos audiovisuales (programas individuales);²⁶⁰ ii) programación o agregación de contenidos audiovisuales en

²⁵⁷ Por ejemplo, un usuario puede elegir entre ver una película o un evento deportivo.

²⁵⁸ Los canales 2, 5, 9 (pertenecientes a GTV); así como 1 (antes 13) y 7 (pertenecientes a Grupo Salinas), tienen cobertura nacional, a través de repetidoras en varias localidades del país y en términos de audiencia, para el mes de mayo de dos mil diecinueve, estos cinco canales de televisión acapararon el [REDACTED] del total de audiencia. Se toma en cuenta la información de *share*, que es el porcentaje de participación de encendidos que corresponde a cada canal o estación, tomando el universo de las personas con acceso al STVR, pero sin acceso al STAR. Fuente: Nielsen IBOPE. Fojas 1827 a 1834. del Expediente, Fojas 3294 a 3297 del Expediente AI/DC-002-2019.

²⁵⁹ De acuerdo al artículo 164 de la LFTYR, así como los artículos 4 y 11 de los "Lineamientos generales en relación con lo dispuesto por la fracción I del artículo octavo transitorio del decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los Artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones".

²⁶⁰ Al respecto, el Reporte Anual Megacable 2018, pp.14 y 31, señala lo siguiente: "(...) Megacable produce directamente contenido original de corte informativo, noticioso, deportivo, musical y cultural, como sus 30 noticiarios locales y la Liga Mexicana del Pacífico (...) Además, PCTV ofrece (...) servicios a la producción, ofreciendo estudios, unidades móviles y servicios integrales para productores nacionales e internacionales". Fojas 143 a 157 del Expediente.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

canales del STAR; iii) provisión y licenciamiento de contenidos audiovisuales o canales del STAR, y iv) provisión del STAR al usuario final.

(379) Respecto a la producción y programación de contenidos audiovisuales, se advierte que Megacable produce 11 (once) canales del STAR, en distintas categorías, a saber:

- Series y películas: (1) Platino, (2) Pánico y (3) Cine Mexicano.
- Entretenimiento: (4) TVC y (5) Megacanal.
- Deportes: (6) TVC Deportes, (7) TVC Deportes 2 y (8) Megasports.
- Música: (9) Video Rola, (10) Beat Box y (11) VR Plus.²⁶¹

(380) Adicionalmente, Megacable (a través de PCTV) comercializa canales del STAR,²⁶² tanto propios como de algunos de los principales programadores internacionales.²⁶³ Al respecto, se hace notar que los proveedores del STAR pueden elegir libremente entre acudir directamente a los programadores para adquirir los derechos para transmitir los canales del STAR o acudir a comercializadores, como PCTV.²⁶⁴

(espacio en blanco)

²⁶¹ Entre los principales 10 (diez) clientes de Megacable, en términos de ingresos, se encuentran:

Foja 843 del Expediente.

²⁶² Al respecto, el Reporte Anual Megacable 2018, p. 31, señala que en año dos mil catorce Megacable "adquirió más del 80% de las acciones de PCTV, compañía líder en distribución y producción de televisión por cable en México, PCTV representa a cientos de concesionarios de televisión por cable del país y cuenta con infraestructura de producción y transmisión de primer nivel con la que produce y comercializa las señales propias TVC, TVC Deportes, Platino, Platino Plus, Pánico y Cine Mexicano, con lo que Megacable fortalece la capacidad de generar contenido propio relevante para la industria. PCTV distribuye 70 señales internacionales de los programadores más importantes y reconocidos en la industria de la televisión de paga". Fojas 143 a 157 del Expediente.

²⁶³ Al respecto, el Reporte Anual Megacable 2018, p. 31, señala lo siguiente: "(...) Megacable controla "PCTV", Productora y Comercializadora de Televisión, que también produce cinco canales de televisión de paga: TVC, TVC Deportes, Pánico, Platino y Cine Mexicano; que distribuye a los sistemas de cable independientes en México y Centro América (...) PCTV también representa a los principales programadores (Discovery, ESPN/Disney, MTV/Viacom y AMC) ante esos mismos sistemas independientes". Fojas 143 a 157 del Expediente.

²⁶⁴ De la información que obra en el Expediente, se advierte que

Fojas 1013, 1017 y 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1038 a 1128, 1272 a 1383, 1759 a 1854, 1879 a 1981, 2021 a 2162 y 3036 a 3264 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- (381) Otros proveedores del STAR que también se encuentran integrados verticalmente son GTV,²⁶⁵ Grupo Salinas y Dish. Adicionalmente, existen programadores internacionales que producen y comercializan canales del STAR.²⁶⁶
- (382) El Gráfico 14 muestra las participaciones en términos de rating²⁶⁷ de los proveedores de canales del STAR en las categorías en las que participa Megacable,

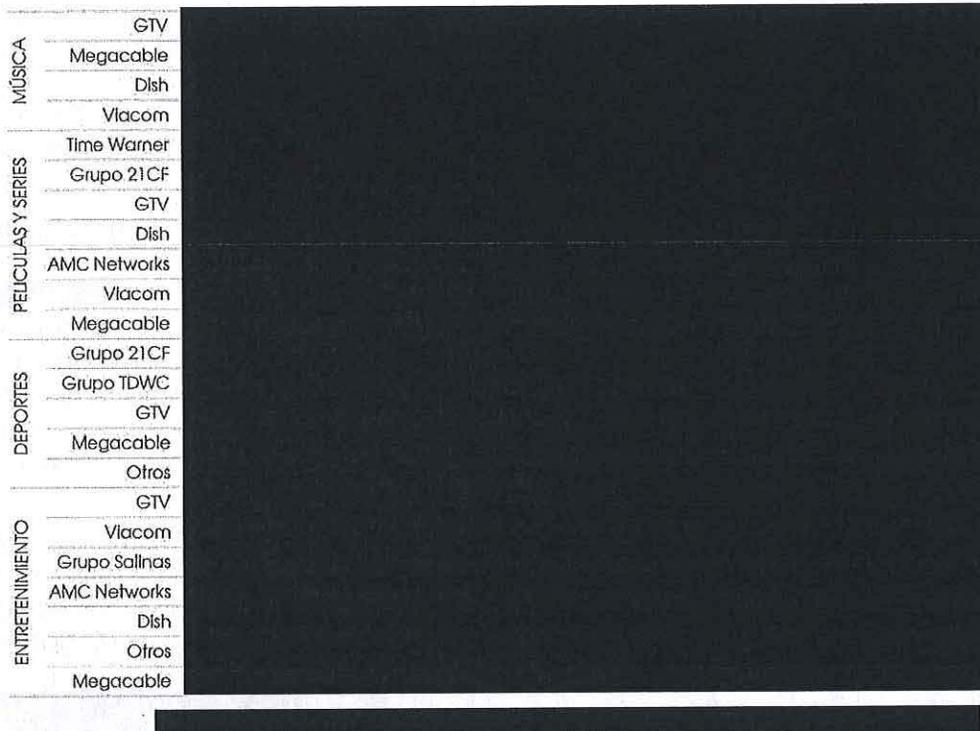
(espacio en blanco)

²⁶⁵ El Reporte Anual GTV 2018, p.60, señala lo siguiente: "En 2016, 2017 y 2018, la Compañía produjo aproximadamente 27,400, 25,500 y 18,500 horas de programación y videos, respectivamente, para su transmisión a través de los canales de televisión restringida de la Compañía. Las marcas y los nombres comerciales de los referidos canales de definición estándar incluyen: Telehit, Telehit Urbano (antes RMS), Bandamax, De Película, TLN (Portugués), Unicable, Golden, Edge, Golden Latinoamérica, TLNovelas, Tlin, Estrellas Latinoamérica, EstrellasDelay-2hrs, Estrellas Delay-1hr, Distrito Comedia, Adrenalina Sports Network (antes conocido como Fighting Sports Network, FSN), TDN, TD Centro y UTDN. Las marcas de los canales de alta definición de la Compañía incluyen: Golden HD, Telehit HD, TDN HD, De Película HD, Unicable HD, Golden Premier HD y Foro TV HD Nacional". Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 262 del Expediente.

²⁶⁶ Véase "Anexo IX. Lista de canales por categoría y proveedor de la AI/DC-002-2019".

²⁶⁷ El rating es un indicador usual en el mercado del STAR para medir las preferencias de los consumidores respecto a los contenidos. Este indicador mide la audiencia de un canal de televisión o evento, y representa el porcentaje de personas u hogares que ven un canal o evento, tomando en cuenta tanto la cantidad como su tiempo de permanencia. Cabe aclarar que puede ser expresado en porcentaje o cantidad de personas y está medido sobre el total del universo de estudio. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 3296 del Expediente.

Gráfico 14. Participaciones, en términos de rating, de los proveedores de canales del STAR, por categoría, 2019.



Nota:

1ª Los porcentajes mostrados en el gráfico anterior son el resultado de dividir el porcentaje de rating acumulado de los canales de cada programador en una categoría determinada entre el total del porcentaje de rating que acumulan todos los canales del STAR en dicha categoría. Por ejemplo, en la categoría de Películas y Series, Megacable comercializa los canales del STAR de Platino, Pánico y Cine Mexicano, mismos que representan el [redacted] del total del rating de los canales del STAR en esta categoría.

Fuente: Elaboración propia con base en información de Nielsen IBOPE, en el periodo de enero a abril de dos mil diecinueve. En la estimación se tomó en consideración el universo del conjunto de personas con televisión restringida para las 28 (veintiocho) ciudades para las que IBOPE tiene información en México, toda vez que no se cuenta con información de rating desglosada para cada uno de los mercados relevantes de la Operación y por ser la mejor información disponible, de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE, así como información proporcionada por los proveedores del STAR. Véase "Anexo IX. Lista de canales por categoría y proveedor de la AI/DC-002-2019", Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1128, 1333, 1853, 1981, 2018, 2162, 2354, 3175 y 3296 del Expediente AI/DC-002-2019.

(383)

Del Gráfico 14 se advierte que los canales del STAR producidos y/o comercializados por otros agentes económicos integrados verticalmente, así como por programadores internacionales, son más valorados por la audiencia en comparación con los canales del STAR producidos por Megacable.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

III.2.4.1.2. Contenidos exclusivos

- (384) La presencia de contenidos exclusivos en la oferta comercial de los proveedores del STAR es relevante para retener a sus suscriptores actuales y atraer nuevos. En los mercados relevantes de la Operación, se observa que solamente GTV y Megacable cuentan con contenidos exclusivos. Otros proveedores del STAR como Dish, Total Play, Star Group y Axtel²⁶⁸ manifestaron que enfrentan dificultades para adquirir dichos contenidos.
- (385) [REDACTED] manifestaron que los contenidos exclusivos son necesarios y de alta relevancia para competir efectivamente en el mercado del STAR. No obstante, señalaron algunos factores que les han impedido adquirirlos.²⁶⁹ [REDACTED] como principales razones: i) el alto costo; ii) la participación del programador en los ingresos percibidos por el proveedor del STAR; iii) la exigencia por parte del programador de un volumen mínimo de suscriptores y, iv) la venta de contenidos en paquete. [REDACTED]: i) los costos elevados de los contenidos, y ii) los contratos a largo plazo, como los principales factores que dificultan la adquisición de dichos contenidos.²⁷⁰
- (386) Ahora bien, algunos de los contenidos exclusivos se consideran de "primera calidad o Premium" por la importancia que tienen para la audiencia y por no ser replicables. Entre los contenidos exclusivos más relevantes destacan los eventos deportivos.²⁷¹ En el periodo de dos mil catorce al dos mil dieciocho, Megacable transmitió de manera exclusiva únicamente los partidos de béisbol de la Liga Mexicana del Pacífico, A.C., para lo cual invirtió [REDACTED]

²⁶⁸ Se consideraron las manifestaciones de Axtel porque participaba en los mercados relevantes hasta antes de la Operación.

²⁶⁹ Total Play, Dish, Axtel y Star Group no incluyen contenidos exclusivos en sus ofertas comerciales. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 805, 1190 y 1784 del Expediente AI/DC-002-2019.

²⁷⁰ Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 1104, 1105, 1785 y 1786 del Expediente AI/DC-002-2019.

²⁷¹ [REDACTED] manifestaron que los contenidos exclusivos de mayor relevancia son los deportivos. Asimismo, es pertinente resaltar que del dos mil catorce al dos mil diecisiete, [REDACTED] únicamente contrataron contenidos exclusivos deportivos. Además, de conformidad con el "Acuerdo por el que el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones actualiza el listado de los contenidos audiovisuales relevantes en términos y para los efectos de la Medida Cuarta del Anexo 4 de la "Resolución mediante la cual el pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones determina al grupo de interés económico del que forman parte América Móvil S.A.B. de C.V., Teléfonos de México, S.A.B. de C.V., Teléfonos del Noroeste, S.A. de C.V., Radiomóvil Dipsa S.A. de C.V., Grupo Carso, S.A.B. de C.V., y Grupo Financiero Inbursa S.A.B. de C.V., como Agente Económico Preponderante en el sector de telecomunicaciones y le impone las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia" y la Medida Décimo Octava del Anexo 1 de la "Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones suprime, modifica y adiciona las medidas impuestas al Agente Económico Preponderante en el sector de radiodifusión mediante Resolución de fecha 6 de marzo de 2014, aprobada mediante acuerdo P/IFT/EXT/060314/77", con número P/IFT/EXT/270217/120", los contenidos audiovisuales no replicables que tuvieron altos niveles de audiencia durante el periodo de dos mil catorce a dos mil dieciocho fueron los pertenecientes al género de "deportes". Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1104, 1105, 1668 a 1670 del Expediente AI/DC-002-2019.

██████████. Por su parte GTV invirtió más de ██████████ ██████████ en contenidos exclusivos durante el mismo periodo. La oferta comercial del STAR de GTV incluye diversos contenidos deportivos de manera exclusiva, entre los que destacan partidos de fútbol de equipos europeos, tanto de clubes como de selecciones nacionales; partidos de la liga mexicana de fútbol; partidos de la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL); béisbol; hockey; eventos de atletismo, entre otros. Cabe señalar que el ██████████ del total de la inversión fue realizada por Sky, empresa que registra suscriptores en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación.^{272,273}

- (387) En este sentido, se considera que, si bien Megacable es un agente económico verticalmente integrado en la cadena de valor de los contenidos audiovisuales y ofrece algunos contenidos exclusivos en los mercados relevantes de la Operación, existen otros agentes económicos que producen y comercializan contenidos audiovisuales de mayor valor para la audiencia con relación a los producidos y comercializados por Megacable, y que, además, poseen una mayor capacidad para acceder a contenidos exclusivos.

III.2.4.2. Acceso a redes

- (388) Para proveer el STAR en los mercados relevantes de la Operación es necesario contar con una red de telecomunicaciones propia y/o arrendar infraestructura a terceros. La capacidad que tiene un concesionario que ya participa en los mercados relevantes para acceder a la infraestructura de red dependerá de las restricciones normativas y físicas que enfrente. A continuación, se analizan estos dos aspectos.

III.2.4.2.1. Restricciones normativas

- (389) Como se señaló en la sección "III.2.2.3. La necesidad de contar con concesiones, licencias, permisos o cualquier clase de autorización o título habilitante expedido por Autoridad Pública, así como con derechos de uso o explotación protegidos por

²⁷² Se toman en cuenta montos totales a nivel nacional, por ser la mejor información disponible, de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 843, 1104, 1105, 1191, 1133, 1383, 1785, 1981 y 3878 del Expediente AI/DC-002-2019.

²⁷³ Los términos establecidos en los contratos de adquisición de contenidos audiovisuales de manera exclusiva serán más favorables para la parte con mayor poder de negociación. En este sentido, el proveedor del STAR (comprador de contenidos), tendrá mayor poder de negociación en la medida en que cuente con un número mayor de suscriptores. Por su parte, el proveedor del contenido audiovisual (vendedor de contenidos) tendrá mayor poder de negociación conforme sus contenidos tengan mayor valor para los usuarios finales. Al respecto, GTV es el agente con mayor número de suscriptores del STAR a nivel nacional, lo que le permite acceder a contenidos producidos o comercializados por terceros en mejores condiciones que sus competidores. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

la legislación en materia de propiedad intelectual e industrial", los proveedores del servicio necesitan un título de concesión que les permita proveer el STAR,²⁷⁴ así como obtener permisos y licencias de las autoridades estatales y municipales para desplegar infraestructura de red.²⁷⁵

III.2.4.2.2. Restricciones físicas

- (390) Los concesionarios que proveen el STAR que utilizan medios cableados y que deseen expandir su red pueden desplegar su propia infraestructura pasiva y/o utilizar algunos elementos de la infraestructura de terceros (tales como la CFE o el AEP en el sector de telecomunicaciones).
- (391) Respecto a la capacidad de desplegar su propia RPT, se advierte que, en el periodo de dos mil catorce a dos mil dieciocho, en las entidades federativas en las que se encuentran los 16 (dieciséis) mercados relevantes analizados, Megacable ha sido la empresa proveedora del STAR que más ha invertido en despliegue, modernización y mantenimiento de infraestructura.²⁷⁶
- (392) Además, incluso antes de la Operación, Megacable era el proveedor del STAR que contaba con la red más extensa en las entidades federativas en las que tiene efectos la Operación.²⁷⁷

²⁷⁴ Los proveedores del STAR necesitan contar con la concesión única, a la que se refiere el artículo 3, fracción XII, de la LFTyR.

²⁷⁵ Entre estos permisos y licencias se encuentran aquellos necesarios para la realización de obra civil, el uso de los derechos de vía y la instalación de diversos elementos de infraestructura (por ejemplo, postes, ductos, cableado subterráneo y aéreo, entre otros). Al respecto, la OCDE señaló que el estado actual de la normatividad municipal en México ha provocado reglas y procedimientos heterogéneos entre municipios y estados, e incluso entre municipios de un mismo estado, lo cual genera un alto grado de incertidumbre jurídica y a su vez "*entorpece la capacidad de los operadores para tomar decisiones de inversión razonadas e informadas*". OCDE (2017), Estudio de la OCDE sobre telecomunicaciones y radiodifusión en México 2017. Edición OCDE, París. Págs. 176-178. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264280656-es>. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 4824 del Expediente AI/DC-002-2019.

²⁷⁶ En este periodo Megacable reportó una inversión de más de [REDACTED]

[REDACTED]. Se presentan datos a nivel estatal y nacional por ser la mejor información disponible y consistente entre los proveedores del STAR mencionados, de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004, 2513, 3013, 4013 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

²⁷⁷ Al primer trimestre de dos mil diecinueve, Megacable reportó [REDACTED]

Total Play [REDACTED]

GTV [REDACTED]

[REDACTED]. Las cifras de Megacable no toman en cuenta los km de red



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- (393) Respecto a la opción de utilizar la infraestructura pasiva de la CFE para la ampliación de la RPT, se advierte que Megacable [REDACTED] en las entidades federativas donde tuvo efectos la Operación (el [REDACTED] del total de postes arrendados a la CFE dichas entidades federativas fueron arrendados por Megacable).²⁷⁸
- (394) Cabe señalar que durante el periodo de dos mil catorce a dos mil diecisiete, un porcentaje importante de las solicitudes de uso de los postes de CFE fueron rechazadas, siendo el principal motivo de rechazo la falta de capacidad para aceptar un cable adicional (el número de cables permitidos era de dos).²⁷⁹ Al respecto, el veintinueve de octubre de dos mil dieciocho, la Comisión Reguladora de Energía publicó en el DOF las "*Disposiciones Administrativas de Carácter General para permitir a los Prestadores de Servicios de la Industria de Telecomunicaciones el acceso a las instalaciones y derechos de vía del Sistema Eléctrico Nacional*", las cuales permiten el acceso a un mayor número posible de prestadores de servicios de telecomunicaciones.²⁸⁰ Toda vez que las disposiciones mencionadas entraron en vigor el primero de enero de dos mil diecinueve, se desconoce el grado en el cual se ha facilitado el acceso a este insumo.
- (395) Por último, los proveedores del STAR pueden acceder a la infraestructura pasiva del AEP en el sector de telecomunicaciones, en virtud de las medidas impuestas por el IFT que lo obligan a brindar el servicio de acceso y uso compartido de infraestructura.²⁸¹ Sin embargo, de acuerdo con la información disponible, se

adquiridos mediante la Operación. Se presentan datos a nivel estatal por ser la mejor información disponible y consistente entre [REDACTED], de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004, 1226, 3013, 3878 y 4013 del Expediente AI/DC-002-2019.

²⁷⁸ Megacable [REDACTED] arrendador de postes de la CFE en los estados de Guanajuato, Jalisco, Puebla, Querétaro y Estado de México, con un total de [REDACTED] postes, [REDACTED] Total Play con [REDACTED] postes, Axtel con [REDACTED] postes, y GTV con [REDACTED] postes.

(en el caso de GTV se toma en cuenta únicamente el número de postes arrendados en el estado de Querétaro, toda vez que solo en este estado provee el STAR a través de medios cableados). De acuerdo a información proporcionada por los agentes económicos. De acuerdo a información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004, 1226, 1333 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

²⁷⁹ Por ejemplo, de dos mil catorce al dos mil diecisiete, en cinco de las dieciséis divisiones de la CFE (correspondientes al Estado de México) se presentaron un total de [REDACTED] solicitudes para la instalación de cableado en postes de la CFE, de las cuales [REDACTED] fueron rechazadas (los rechazos representan el [REDACTED] del total de solicitudes presentadas). De las solicitudes rechazadas, el [REDACTED] se debieron a falta de capacidad de carga en los postes solicitados. En este sentido, Twister señaló que entre los principales obstáculos que enfrenta para desplegar redes cableadas que le permitan proveer el STAR, SBAF y STF se encuentran [REDACTED]

[REDACTED], Fojas 1827 a 1834 y 1012 del Expediente. Fojas 5453 A 5456 del Expediente AI/DC-002-2019.

²⁸⁰ Se definió un límite por peso, en lugar de por número de cables permitidos en un poste (máximo 250 kg/km por concesionario, con capacidad máxima de 1,000 kg/km).

²⁸¹ Estas medidas incluyen la obligación del AEP en el sector de telecomunicaciones de arrendar infraestructura pasiva, como postes y cableado de telecomunicaciones a cualquier concesionario de RPT que lo solicite, sobre

advierte que los proveedores del STAR recurren solo de manera marginal al arrendamiento de infraestructura pasiva del AEP en el sector de telecomunicaciones. Por ejemplo, en dos mil dieciocho, de los agentes económicos que participan en los mercados relevantes de la Operación [REDACTED]²⁸² arrendó postes al AEP en el sector de telecomunicaciones en las entidades federativas donde tuvo efectos la Operación,²⁸³ los cuales representaron un porcentaje muy bajo del total de postes arrendados ([REDACTED]),²⁸⁴

- (396) En suma, Megacable es el proveedor del STAR que cuenta con la mayor infraestructura de red, tanto propia como arrendada, en el agregado de las 5 (cinco) entidades federativas donde tuvo efectos la Operación. Asimismo, derivado de la Operación, refuerza su liderazgo, en términos de infraestructura, toda vez que le permitió acumular [REDACTED] kilómetros de la red de última milla de Axtel.

III.2.5. El comportamiento reciente del o los agentes económicos que participan en dicho mercado

- (397) La fracción V del artículo 59 de la LFCE establece que para determinar si uno o varios agentes económicos tienen poder sustancial en el mercado relevante, se debe analizar:

V. El comportamiento reciente del o los Agentes Económicos que participan en dicho mercado,

- (398) En relación con lo anterior, esta Autoridad Investigadora no encontró antecedentes que hayan causado estado respecto al comportamiento reciente de Megacable, que permitan señalar que este ha realizado conductas anticompetitivas en los mercados relevantes del STAR.

III.2.6. Otros criterios

- (399) Por último, para determinar la existencia de poder sustancial en los mercados relevantes, el artículo 59 de la LFCE dispone tomar en cuenta:

bases no discriminatorias, considerando las condiciones ofrecidas a sus propias operaciones y sin otorgar derechos de exclusividad. Revisión bienal, Anexo 1, medida Decimoquinta y Anexo 2, medida Vigésima Tercera.

²⁸² [REDACTED]
²⁸³ [REDACTED] reportaron que, durante dos mil dieciocho, no arrendaron postes del AEP en el sector de telecomunicaciones en las entidades federativas donde tuvo efectos la Operación. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004, 1226, 1333, 1685 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

²⁸⁴ Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 1004, 1226, 1333, 1685 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

VI. Los demás (elementos) que se establezcan en las Disposiciones Regulatorias, así como los criterios técnicos que para tal efecto emita (el Instituto).

(400) En relación con la fracción anterior, el artículo 8 de las Disposiciones Regulatorias establece:

Artículo 8. Para determinar si uno o varios Agentes Económicos tienen poder sustancial en el mercado relevante, de conformidad con la fracción VI del artículo 59 de la Ley, se pueden considerar, entre otros, los criterios siguientes: (...)

III.2.6.1. El grado de posicionamiento de los bienes o servicios en el mercado relevante

(401) En los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, los paquetes de Megacable que incluyen el STAR son los mejor posicionados. Megacable tiene registrados más de 400 (cuatrocientos) paquetes distintos y activos en dichos mercados.²⁸⁵ Para fines ilustrativos, en la tabla siguiente se muestran solo los 10 (diez) principales paquetes de Megacable que incluyen el STAR, sin importar la modalidad de empaquetamiento. Además, se indica la distribución de los suscriptores e ingresos de cada paquete, la cual tiene como base el total de paquetes de Megacable en los mercados relevantes de la Operación que incluyen el STAR.

Tabla 21. Megacable. Distribución de los Ingresos y suscriptores por paquete que Incluye el STAR. Abril 2019.

#	Paquete	% Ingresos	% Suscriptores

Notas:

^{a)} Los porcentajes no suman cien debido a que solo se presentan los 10 (diez) paquetes más representativos, en términos de suscriptores.

^{b)} Se obtuvo información de facturación de Megacable a partir del mes de abril de dos mil diecinueve.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019.

²⁸⁵ Se consideró que un paquete estaba activo si al menos un suscriptor lo consumió en abril de dos mil diecinueve. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019.

- (402) Los diez paquetes mostrados en la Tabla 21 corresponden al [REDACTED] de los suscriptores del STAR de Megacable, que equivalen al [REDACTED] del total de suscriptores del STAR en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación. Además, de dicha tabla se observa que el paquete más consumido entre los suscriptores de Megacable, en los mercados relevantes de la Operación, es [REDACTED].
- (403) Por otro lado, como se señaló en la sección de "III.2.1.2. Participaciones de mercado e índices de concentración", el segundo competidor en importancia en la mayoría de los mercados relevantes de la Operación es GTV, el cual provee el STAR principalmente a través de Sky. La tabla siguiente muestra los 10 (diez) principales paquetes de Sky, así como las proporciones de ingresos y suscriptores que le corresponden a cada paquete.

Tabla 22. Sky. Distribución de los Ingresos y suscriptores por paquete del STAR. Marzo 2019.

#	Paquete	% Ingresos	% Suscriptores
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Nota: Los porcentajes no suman cien debido a que solo se presentan los 10 (diez) paquetes más representativos de Sky, en términos de ingresos. Además, no se consideró el ingreso por otros servicios del STAR que se contratan de manera adicional al paquete, por ejemplo, *pay per view*, entre otros.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas señaladas en el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

- (404) Los 10 (diez) principales paquetes de Sky, mostrados en la Tabla 22, representan el [REDACTED] de sus suscriptores, que equivalen al [REDACTED] de los suscriptores del STAR en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación.
- (405) Por su parte, los 10 (diez) paquetes más importantes del tercer competidor, Total Play, representan [REDACTED] del total de suscriptores de los mercados relevantes de la Operación. Finalmente, los 10 (diez) principales paquetes de Dish representan el [REDACTED] total de suscriptores de los mercados relevantes de la Operación.²⁸⁶
- (406) En conclusión, Megacable es el agente económico mejor posicionado en cuanto a las preferencias de los suscriptores que consumen paquetes del STAR en los 16

²⁸⁶ Información de marzo de dos mil diecinueve, Fojas 1827 a 1834. Fojas señaladas en el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

(dieciséis) mercados relevantes de la Operación, así como el que ofrece la mayor diversidad de paquetes en los mercados relevantes.

III.2.6.2. La falta de acceso a importaciones o la existencia de costos elevados de Internación

- (407) La prestación del STAR requiere que el oferente cuente con la infraestructura de red y los títulos de concesión que le permitan ofrecer el servicio en los mercados relevantes, los cuales se encuentran ubicados dentro del territorio nacional, por lo cual no es posible que el acceso a dichos servicios sea a través de la importación de los mismos.

III.2.6.3. La existencia de diferenciales elevados en costos que pudieran enfrentar los consumidores al acudir a otros proveedores

- (408) Las presiones competitivas en un mercado pueden provenir del lado de la demanda, en específico, cuando los consumidores tienen la posibilidad de cambiarse de proveedor sin incurrir en altos costos. Sin embargo, en los mercados relevantes de la Operación se detectaron prácticas comerciales particulares que pueden inhibir la movilidad de los consumidores.
- (409) Al respecto, algunos oferentes del STAR establecen plazos forzosos en las relaciones contractuales para prestar el servicio al suscriptor y fijan plazos y penalizaciones en caso de que este quiera terminar el contrato de manera anticipada. Estas prácticas suelen estar justificadas cuando tienen por objeto recuperar las inversiones realizadas para la prestación del servicio; sin embargo, incrementan los costos de los usuarios de cambiarse de proveedor.
- (410) En su contrato, Megacable establece un plazo mínimo forzoso de hasta 12 (doce) meses. Asimismo, en caso de que el suscriptor cancele el contrato de manera anticipada (incumpla con el plazo mínimo), deberá pagar el equivalente al 20% del importe de las contraprestaciones mensuales que hayan quedado pendientes de ser cubiertas hasta la terminación del plazo forzoso contratado.²⁸⁷
- (411) En estos rubros, los términos en el contrato de Megacable son similares a los del contrato de Twister, el cual es el concesionario más pequeño que se analizó en los 16 (dieciséis) mercados relevantes.²⁸⁸ Por ejemplo, el contrato de Twister establece lo siguiente:

"EL SUSCRIPTOR" contratará al servicio con un plazo forzoso no mayor a doce meses, a partir de la firma de aceptación del presente contrato y hasta dicho plazo. (...) La cancelación del servicio de manera anticipada por parte de

²⁸⁷ Folio de inscripción en el RPC 26269 (veintiséis mil doscientos sesenta y nueve).

²⁸⁸ Folio de inscripción en el RPC 25839 (veinticinco mil ochocientos treinta y nueve).



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

"EL SUSCRIPTOR" no lo exime del pago de las cantidades endeudadas a "EL PROVEEDOR" por los servicios efectivamente prestados. (...) Si cualquiera de las partes decide dar por terminado el contrato de manera anticipada tendrán que pagar una pena convencional equivalente al 20% sobre los meses restantes de la vigencia del contrato. Del mismo modo "EL SUSCRIPTOR" deberá permitir el retiro de las instalaciones realizadas en el domicilio de "EL SUSCRIPTOR".

- (412) Otros oferentes, como Star TV, Dish o Sky, establecen un plazo mínimo forzoso para prestar el servicio superior al que establece Megacable (de 18 (dieciocho) meses en el caso de Sky o Dish y de 24 -veinticuatro- meses en el caso de Star TV). Sin embargo, al igual que Megacable, los contratos de dichos operadores establecen que el suscriptor puede dar por terminada la relación contractual en cualquier momento, pagando el equivalente al 20% del importe de las contraprestaciones mensuales que hayan quedado pendientes de ser cubiertas hasta la terminación del plazo forzoso contratado.²⁸⁹
- (413) Por su parte, el contrato de Total Play establece un costo de instalación y un plazo mínimo de contratación opcional.²⁹⁰ En caso que el suscriptor así lo decida, la contratación del servicio puede llegar a establecer un plazo forzoso máximo de 18 (dieciocho) meses. En caso de la terminación anticipada del servicio, el suscriptor que eligió el plazo forzoso debe pagar el monto que corresponde a los meses restantes de dicho plazo.²⁹¹
- (414) En suma, se advierte que diversos concesionarios de redes cableadas y vía satélite que ofrecen el STAR en los mercados relevantes de la Operación, suelen establecer condiciones similares en los contratos de adhesión respecto a los plazos forzosos y la permanencia de sus suscriptores, las cuales limitan la posibilidad de los mismos de cambiarse de proveedor del STAR.
- (415) Finalmente, del análisis de las fracciones I a VI del artículo 59 de la LFCE, se determinó que, derivado de la Operación, existen elementos para determinar la existencia de poder sustancial por parte de Megacable en 11 (once) de los 16 (dieciséis) mercados relevantes del STAR analizados.

(espacio en blanco)

²⁸⁹ Folios de inscripción en el RPC 39070 (treinta y nueve mil setenta), 37734 (treinta y siete mil setecientos treinta y cuatro) y 22000 (veintidós mil).

²⁹⁰ La alternativa es una vigencia indefinida que permite a Total Play modificar los términos y condiciones, así como las tarifas del contrato.

²⁹¹ Folio de inscripción en el RPC 34670 (treinta y cuatro mil seiscientos setenta).



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

IV. SERVICIO DE TELEFONÍA FIJA (STF)

IV.1. Mercado relevante

- (416) El mercado relevante se determina con fundamento en el artículo 58 de la LFCE, así como en el artículo 5 de las Disposiciones Regulatorias.
- (417) Esta sección comprende cinco apartados: en el primero, se describen diversas generalidades del STF, en el segundo se presenta el análisis de sustitución para determinar la dimensión producto, en el tercero se realiza el análisis para delimitar la dimensión geográfica, en el cuarto se desarrollan otros criterios para determinar el mercado relevante y, finalmente, se concluye con la definición del mercado relevante.

IV.1.1. Consideraciones previas

- (418) A continuación, se describe el STF y se caracteriza a los demandantes y oferentes de dicho servicio.

IV.1.1.1. Descripción del servicio

- (419) El STF es un servicio final de telecomunicaciones que requiere de una concesión o una autorización para proveerse.²⁹² Este servicio permite la comunicación de voz entre dos equipos terminales, de los cuales al menos uno está conectado a una RPT en una ubicación geográfica determinada.²⁹³ El usuario del servicio contrata una línea de acceso a la red pública telefónica, de tal manera que dispone de la capacidad para conducir señales de voz de su punto de conexión terminal a cualquier otro punto de la red pública telefónica de acuerdo con una renta y una tarifa, la cual puede variar en función del tráfico que curse (por ejemplo, local, larga distancia internacional, hacia terminales móviles, entre otros).

IV.1.1.2. Demandantes del servicio

- (420) Los usuarios del STF son principalmente clientes residenciales y micro negocios que demandan el servicio para establecer una comunicación por voz con otros

²⁹² Véase los artículos 15, fracción IV, 66, 75 y 170 de la LFTyR. Asimismo, un autorizado puede comercializar el servicio sin tener el carácter de concesionario, al amparo de una autorización emitida por el Instituto en términos de lo dispuesto por los artículos 170, fracción I, 173 y 174 de la LFTyR.

²⁹³ El término fijo se refiere a que el servicio se presta a través de equipos terminales que tienen una ubicación geográfica determinada. Véase fracción XXV de la regla segunda de las Reglas de Servicio Local (RSL), publicadas en el DOF el veintitrés de octubre de mil novecientos noventa y siete adoptadas por el Pleno de la extinta Comisión Federal de Telecomunicaciones, mediante el Acuerdo P/221097/0196, de fecha veintidós de octubre de mil novecientos noventa y siete.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

usuarios, ubicados dentro o fuera del país, y que se encuentren conectados a una RPT mediante terminales fijas o móviles.

- (421) Entre los principales atributos que valoran los usuarios al contratar este servicio, se encuentran los siguientes: no sufrir interrupciones en las llamadas, contar con tono en su línea, claridad y fuerza en las llamadas, contar con asesores u operadores que brinden información útil, disponibilidad de servicios adicionales²⁹⁴ y claridad para entender la factura.²⁹⁵
- (422) Los usuarios del STF adquieren el servicio de manera individual o en forma empaquetada con otros servicios de telecomunicaciones como el STAR y el SBAF. En el caso de contratar el STF de forma individual, los usuarios también pueden configurar sus propios paquetes (también denominados, paquetes sintéticos).

IV.1.1.3. Oferentes del servicio

- (423) Los oferentes del STF son concesionarios de RPT que, mediante una relación contractual, proveen el servicio a los usuarios a cambio de una contraprestación y/o pago periódico. Una vez establecida la relación contractual, el concesionario lleva a cabo la instalación de los elementos de red necesarios para que el suscriptor reciba el servicio correspondiente en su domicilio.
- (424) Los oferentes que proveen el STF en las zonas geográficas donde tiene efectos la Operación prestan el servicio, principalmente, a través de medios de distribución cableados (como el par de cobre, el cable coaxial o la fibra óptica).
- (425) Si bien es factible proveer el STF a través de tecnologías inalámbricas, el uso de estas ha disminuido en el tiempo. Por ejemplo, Axtel provee el STF a través de tecnologías alámbricas (fibra óptica) e inalámbricas terrestres fijas; no obstante, reconoce una erosión de los usuarios a los que se les provee el servicio a través de estas últimas.²⁹⁶ Otro ejemplo es Pegaso PCS, S.A de C.V (con el nombre comercial de Telefónica), un operador móvil que provee el STF a través de la tecnología inalámbrica y que también ha registrado una caída en el número de líneas en los últimos años.²⁹⁷ Por otra parte, de la información disponible en el Expediente, no se

²⁹⁴ Tales como Identificador de llamadas, correo de voz, llamada en espera, números adicionales, conferencia tripartita, paquetes de desvíos, entre otros.

²⁹⁵ Véase encuesta trimestral de usuarios de servicios de telecomunicaciones, IFT (primera encuesta trimestral 2018), Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 5226 del Expediente AI/DC-002-2019.

²⁹⁶ En el Informe anual Integrado de Axtel 2018 (p. 73) se señala que se ha dado una erosión de la base de clientes que reciben sus servicios con tecnologías inalámbricas. Además, Axtel señala que

[REDACTED] Fojas 1827 a 1834 y 1401 del Expediente, Fojas 5202 a 5205 y 5211 a 5218 del Expediente AI/DC-002-2019.

²⁹⁷ Telefónica registró una caída del 72.2% en términos de líneas residenciales del STF de diciembre de dos mil trece a junio de dos mil diecinueve, ya que pasó de tener 1.43 (uno punto cuarenta y tres) millones de líneas a solo 0.40 (cero punto cuarenta) millones. Fuente: De acuerdo con información del BIT para los concesionarios Grupo de

advierte la presencia de algún oferente del STF que utilice tecnología satelital que sea relevante en términos de líneas.^{298,299} Por lo anterior, el STF provisto a través de tecnologías inalámbricas no se toma en cuenta en el presente análisis.

- (426) Respecto al precio del STF, este puede incluir, entre otros, los siguientes rubros: renta mensual; costos no recurrentes por contratación de la línea y gastos de instalación, así como cargos adicionales por consumir minutos y/o servicios adicionales. El rubro de renta mensual, generalmente, incluye un número de llamadas o minutos determinado a números nacionales (fijos y móviles) e internacionales.³⁰⁰
- (427) Respecto a los canales de comercialización, se advierte que los concesionarios promocionan sus productos a través del *telemarketing (call centers)*, cambaceo, puntos de venta y distribuidores autorizados.³⁰¹
- (428) Los oferentes del STF que proveen el servicio a través de par de cobre, cable coaxial y fibra óptica, venden el servicio de manera individual o en las modalidades de *doble play* (STF+STAR y STF+SBAF) y *triple play* (STF+SBAF+STAR).³⁰²

Telecomunicaciones Mexicanas, S.A. de C.V. (durante el periodo de dos mil trece a dos mil quince) y Pegaso PCS, S.A. de C.V. (para el periodo de dos mil dieciséis a dos mil diecinueve). Cifras a nivel nacional, ya que para el periodo de dos mil trece a dos mil quince no se cuenta con información desagregada por municipio para estos operadores. Fojas 1466 a 1470 y 1492 del Expediente.

²⁹⁸ Fojas 1466 a 1470 y 1492 del Expediente.

²⁹⁹ Adicionalmente, es importante señalar que la tecnología satelital puede sufrir degradación por las condiciones atmosféricas y se caracteriza por una mayor latencia. El tiempo de retraso varía en función de la altura del satélite (los Satélites Geoestacionales, que se encuentran a 36,000 (treinta y seis mil) km de la tierra, tienen un retraso de entre 250 (doscientos cincuenta) y 280 (doscientos ochenta) milisegundos, mientras que los satélites de órbita baja, ubicados a una distancia entre los 7,500 (siete mil quinientos) y 15,000 (quince mil) km, tienen un retardo de entre 110 (ciento diez) y 130 (ciento treinta) milisegundos). Muñoz Rodríguez David (2002), Sistemas inalámbricos de comunicación personal, Alfaomega Grupo Editor.

³⁰⁰ Información contenida en las páginas de Internet de los concesionarios que ofrecen el STF. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 5202 a 5205 y 5211 a 5218 del Expediente AI/DC-002-2019.

³⁰¹ Por ejemplo, en el Reporte Anual Empresas Cablevisión 2018 (p. 56) se señala que "(e)n cuanto a la fuerza de ventas, la Compañía cuenta con un modelo multicanal que estratégicamente le permite tener mayor cobertura territorial para incrementar la penetración de mercado y acompañar el crecimiento en la infraestructura de tendido de nuevas redes. Los canales a través de los cuales se comercializan los productos están compuestos por call centers, sucursales, módulos y una fuerza de venta de cambaceo". En el Reporte Anual Megacable 2018 (pp. 35 y 36), se señala que esta empresa utiliza centros de atención a clientes, ventas y pagos, centros de atención telefónica y ventas a domicilio para promocionar sus servicios. Asimismo, el Reporte Anual de AMX 2018 señala que "(l)a Compañía vende sus servicios y productos principalmente a través de una red de establecimientos comerciales, centros de atención al público y vendedores dedicados al sector empresarial, la cual está integrada por más de 450,000 puntos de venta y cerca de 2,800 centros de atención a clientes. Los servicios y productos ofrecidos bajo las distintas marcas de la Compañía también se venden en línea". (pp.13). Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 69 y 3018 del Expediente AI/DC-002-2019.

³⁰² Telmex no provee el STAR en virtud de que su título de concesión no se lo permite, por lo que no puede ofrecer los paquetes de *doble play* y *triple play* que contengan el STAR. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 141, 262, 756, 5236 y 1780 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

IV.1.2. Servicios sustitutos

- (429) Para delimitar la dimensión producto del mercado relevante se debe tomar en cuenta lo establecido en el artículo 58, fracción I de la LFCE, el cual señala lo siguiente:

I. Las posibilidades de sustituir el bien o servicio de que se trate por otros, tanto de origen nacional como extranjero, considerando las posibilidades tecnológicas, en qué medida los consumidores cuentan con sustitutos y el tiempo requerido para tal sustitución;

- (430) A continuación, se analizarán la sustitución entre el STF y diversos servicios relacionados. En primer lugar, se analiza la sustitución entre el STF y otros servicios finales que permiten la comunicación por voz, tales como el STM y la comunicación por voz a través de internet (en adelante, servicios de voz OTT). En segundo lugar, se analiza la sustitución entre los servicios dirigidos al segmento residencial y micro negocios, y los servicios dirigidos al sector empresarial, corporativo y de gobierno. Por último, se analiza la sustitución entre el STF provisto de manera individual (*single play*) y el STF provisto en paquete con otros servicios de telecomunicaciones (*doble play* y *triple play*).

IV.1.2.1. Sustitución entre el STF y el servicio de telefonía móvil

- (431) A continuación, se analiza el STM con el fin de determinar si constituye un sustituto del STF. Para ello, se presenta una breve descripción del servicio y después se analiza la sustitución por el lado de la demanda y de la oferta.

IV.1.2.1.1. Descripción del servicio de telefonía móvil

- (432) El STM es un servicio público de telecomunicaciones,³⁰³ que se ofrece al amparo de un título de concesión o de una autorización emitidos por el Instituto³⁰⁴ y se caracteriza por proveer acceso a la red pública de telefonía mediante un equipo terminal móvil que no tiene una ubicación geográfica determinada. Este servicio permite realizar llamadas a usuarios de otras redes de telefonía móvil, así como a usuarios de redes de telefonía fija, ya que todas ellas se encuentran interconectadas. Asimismo, el STM permite a los usuarios acceder a mensajes cortos, mensajes multimedia, acceso a internet, entre otros. Por tanto, se considera que el STM no solo corresponde a los servicios de voz, sino también al resto de los

³⁰³ Se requiere una RPT para proveerlo y se presta al público en general con fines comerciales. Artículo 3, fracciones LVIII y LXV, de la LFTyR.

³⁰⁴ Los concesionarios que provean el STM requieren de una concesión única, así como una concesión para el uso del espectro radioeléctrico, de conformidad con lo establecido en los artículos 66 y 75 de la LFTyR. Asimismo, un autorizado puede comercializar el servicio sin tener el carácter de concesionario, al amparo de una autorización emitida por el Instituto en términos de lo dispuesto por los artículos 170, fracción I, 173 y 174 de la LFTyR.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

servicios que ofrecen los concesionarios y que se denominan genéricamente como servicios de datos.

- (433) El STM se provee bajo dos modalidades de pago: prepago, en la que el usuario paga por el servicio antes de utilizarlo (por ejemplo, al comprar fichas o realizar recargas electrónicas que le permitan acceder al servicio), y pospago, cuando el usuario paga por los servicios después de utilizarlos (por ejemplo, cuando establece un contrato con el proveedor del servicio y paga una renta mensual por el mismo).
- (434) La provisión del STM se ha desarrollado mediante oleadas o generaciones tecnológicas, tales como 1G, 2G o GSM (*Global System for Mobile communications*), 2.5G o GPRS (*General Packet Radio Service*), 3G o UMTS (*Universal Mobile Telecommunications Service*), 4G o LTE (*Long Term Evolution*), entre otros.³⁰⁵

IV.1.2.1.2. Sustitución por el lado de la demanda

- (435) Desde la perspectiva de los usuarios, existen motivaciones distintas para demandar el STM y el STF. Los usuarios que demandan el STM lo hacen por sus atributos de movilidad, personalización y porque les permite hacer uso de servicios adicionales.³⁰⁶
- (436) En primer lugar, el STM posibilita a los usuarios realizar comunicaciones desde cualquier lugar, basta que su ubicación les permita establecer el enlace correspondiente con la estación celular o móvil del proveedor del servicio. En segundo lugar, el STM es por lo general individualizado, de tal suerte que la llamada entre usuarios móviles implica una comunicación con la persona deseada. Lo anterior, a diferencia del STF que implica un domicilio en particular, está disponible para el conjunto de personas radicadas en el domicilio en cuestión y cuando se llama no necesariamente se espera tener comunicación inmediata con el usuario deseado. Por último, el usuario del STM puede hacer uso de una serie de servicios adicionales como, por ejemplo, el almacenamiento de archivos electrónicos de audio y video para su posterior reproducción. Estos atributos que ofrece el STM no los encuentran los usuarios en el STF.
- (437) Adicionalmente, el STM le brinda al usuario la opción de los esquemas de prepago y pospago, a diferencia del STF cuya principal opción son los esquemas de pospago. Cabe señalar que la gran mayoría de los usuarios del STM (83.05%) optan por el esquema de prepago, bajo el cual no requieren establecer una relación

³⁰⁵ Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 5211 del Expediente AI/DC-002-2019.

³⁰⁶ Por ejemplo, de acuerdo con la Cuarta encuesta 2018, Usuarios de servicios de telecomunicaciones, el índice de calidad del STM toma en cuenta características tales como la cobertura, la facilidad para enviar y recibir mensajes de texto, el acceso a Internet, entre otros. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 5226 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- contractual con el proveedor ni se obligan a pagar una tarifa mensual para poder al menos recibir llamadas.³⁰⁷
- (438) En relación con la calidad del servicio, los usuarios del STF y el STM toman en cuenta diferentes variables para evaluarla. Si bien en ambos casos es importante para el usuario no sufrir interrupciones en las llamadas y tener claridad en las mismas, en el caso del STM tiene particular importancia la cobertura,³⁰⁸ así como otros parámetros relacionados con otros servicios móviles a los que puede acceder a través del mismo dispositivo móvil, tales como la facilidad para enviar y recibir mensajes de texto y contar con cobertura para acceder a internet. Estas diferencias respecto a las características que resultan importantes para los usuarios del STF y el STM son un indicio de que el STM tiene atributos distintos al STF.³⁰⁹
- (439) Otro elemento a considerar es que el usuario del STF tiene la posibilidad de contratar este servicio de manera empaquetada con otros servicios de telecomunicaciones como el SBAF. En los municipios de la Operación, el porcentaje de los usuarios que consumen el SBAF en modalidad de *dobles play* (STF+SBAF) es de 48.38% (véase la Tabla 24). Por tanto, para un usuario del STF que contrata un paquete *dobles play* (STF+SBAF) las ofertas disponibles en el mercado le ofrecen, generalmente, mejores condiciones en términos de precio y capacidad de descarga de datos que las ofertas del STM.³¹⁰
- (440) En resumen, existen restricciones que imposibilitan que un paquete de servicios móviles sustituya a uno de servicios fijos, estas restricciones principalmente están sujetas a la capacidad de descarga en un periodo de tiempo para el STM.
- (441) Finalmente, los patrones de consumo indican que el STM se consume de manera complementaria al STF. Lo anterior, ya que de acuerdo con la ENDUTIH 2018, el 95.49% de los hogares que cuentan con una línea de teléfono fija cuentan con una línea de teléfono móvil.³¹¹ Ello, es un indicio de que para los hogares que disponen de STF, el STM no es un sustituto, sino un complemento.

³⁰⁷ Cifras a junio de dos mil diecinueve. Fojas 1466 a 1470 y 1492 del Expediente. Fuente: BIT.

³⁰⁸ Véase las encuestas trimestrales a usuarios de servicio de telecomunicaciones, IFT. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5226 del Expediente AI/DC-002-2019.

³⁰⁹ Véase las encuestas trimestrales a usuarios de servicio de telecomunicaciones, IFT. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5226 del Expediente.

³¹⁰ De conformidad con el "Reporte de Información comparable de planes y tarifas de servicios de telecomunicaciones móviles 2019", pp. 11, 12, 26 y 32, el 98% de los planes de postpago acota los MB incluidos en el plan (dicho reporte analiza 55 (cincuenta y cinco) planes de postpago de AT&T, Movistar y Telcel). Estos planes de postpago establecen límites en la capacidad de descarga de datos que se encuentran entre los 1000 (mil) MB y los 81,920 (ochenta y un mil novecientos veinte) MB. Por su parte, las ofertas de prepago establecen un costo por MB, el cual puede ser de entre \$0.70 (cero pesos con 70/100 M.N.) y \$1.00 (un peso con 00/100 M.N.), o bien, algunas recargas del sistema de prepago pueden incluir una cantidad limitada de MB. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5226 del Expediente AI/DC-002-2019.

³¹¹ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5015 del Expediente AI/DC-002-2019.

- (442) Por tanto, considerando las diferentes motivaciones y usos que le dan los usuarios al STF y STM, así como la evidencia de que ambos servicios se consumen de manera conjunta por un amplio porcentaje de hogares, se concluye que desde la perspectiva de la demanda ambos servicios no son sustitutos.

IV.1.2.1.3. Sustitución por el lado de la oferta

- (443) La sustitución por el lado de la oferta considera la posibilidad de que empresas que ofrecen el STM, ante un incremento en precios del STF, puedan comenzar a proveer este servicio, con la tecnología disponible, con costos no apreciables, y en un periodo corto. Al respecto, se considera que esta posibilidad es limitada, dadas las características tecnológicas bajo las cuales actúan los proveedores de ambos servicios.³¹²
- (444) Un operador del STM que pretenda comenzar a ofrecer el STF debe desplegar una RPT cableada (usando par de cobre, cable y/o fibra óptica), lo cual toma tiempo y recursos financieros considerables,³¹³ por lo que no tendría la capacidad de ejercer una presión competitiva sobre los actuales oferentes del STF.
- (445) Alternativamente, un operador móvil podría recurrir a los servicios mayoristas de desagregación provistos por el AEP en el sector de telecomunicaciones,³¹⁴ no obstante; el uso de estos servicios por parte de los concesionarios en los últimos años ha sido poco significativo.³¹⁵
- (446) Toda vez que un proveedor del STM no puede, en un corto tiempo y sin costos apreciables, empezar a proveer el STF, se concluye que desde la perspectiva de la oferta ambos servicios no son sustitutos.

³¹² El STM se provee mediante un sistema celular, en el cual cada célula cuenta con una banda de frecuencia y una estación base (transmisor, receptor y centro o unidad de control), que permite asignar un canal radioeléctrico a diversas células. Las frecuencias que se le asignan a una célula pueden ser reutilizadas en células no adyacentes. Con base en lo señalado en Tomás Perales, Benito, 2014. "Infraestructuras Comunes de Telecomunicación (ICT) y Radiocomunicaciones". Alfaomega Grupo.

³¹³ De la información proporcionada por distintos proveedores del STF mediante redes cableadas, se advierte la necesidad de invertir grandes sumas de dinero para el continuo desarrollo de una RPT. Por ejemplo, en el periodo de dos mil quince a dos mil dieciocho AMX, GTV, Megacable y Total Play invirtieron, de manera conjunta, más de [REDACTED] en despliegue, mantenimiento y modernización de sus RPT a nivel nacional. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 1004, 3013, 4013 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

³¹⁴ Tales como el Servicio de Acceso Indirecto al Bucle (SAIB), el Servicio de Reventa de Líneas Telefónicas (SRLT) y el Servicio de Reventa de Paquetes (SRP).

³¹⁵ En el periodo de dos mil dieciséis a dos mil dieciocho, se han registrado pocas solicitudes de SAIB, SRLT y SRP: 6,085 (seis mil ochenta y cinco), 432 (cuatrocientas treinta y dos) y 6,818 (seis mil ochocientos dieciocho), respectivamente. Cabe señalar que cada solicitud está encausada a la provisión del servicio (STF o SBAF) a un solo suscriptor, por lo que las solicitudes por estos servicios representaron menos del 0.1% del total de suscriptores del STF a nivel nacional (diecisiete punto nueve millones de suscriptores). Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 1981, 2018, 2162, 2354, 3543, 4013, 4981, 5184 y 6343 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- (447) En conclusión, tanto desde la perspectiva de la demanda como de la oferta, se considera que el STM y el STF no forman parte del mismo mercado relevante.

IV.1.2.2. Sustitución entre el STF y el servicio de troncales

- (448) A continuación, se analiza el servicio de troncales con el fin de determinar si constituye un sustituto del STF. Para ello se presenta una breve descripción del servicio para después evaluar la sustitución por el lado de la demanda y de la oferta.

IV.1.2.2.1. Descripción del servicio de troncales

- (449) El servicio de troncales es un servicio público de telecomunicaciones,³¹⁶ ofrecido al amparo de una concesión única o de una autorización,³¹⁷ que se caracteriza por otorgar un servicio de voz, el cual permite conectar un conmutador digital o IP que se encuentra en las instalaciones del cliente a la red pública de telefonía.³¹⁸
- (450) El servicio de troncales permite a los clientes hacer y recibir llamadas locales y de larga distancia internacional, así como a teléfonos móviles y servicios especiales (ej. números 01900, 800, 030, 090, entre otros.). Este servicio se puede ofrecer bajo dos modalidades: bidireccional (que permite tráfico de entrada y de salida) o unidireccional (el cual permite tráfico únicamente de entrada o de salida).
- (451) El servicio puede acompañarse de servicios complementarios tales como numeración de acceso directo,³¹⁹ bloqueo de llamadas por tipo de tráfico y prefijo, códigos de acceso por usuario, entre otros. Asimismo, puede contratarse con otros servicios dirigidos al segmento empresarial, tales como el servicio de Internet dedicado, servicios de las tecnologías de la información, soluciones de redes, soluciones de seguridad, asesoramiento, provisión de dominios fijos, mantenimiento de equipo, monitoreo, entre otros.

³¹⁶ Se requiere una RPT para proveerlo y se presta al público en general con fines comerciales. Artículo 3, fracciones LVIII y LXV, de la LFTyR.

³¹⁷ Los concesionarios que provean el servicio de troncales requieren de una concesión única, de conformidad con lo establecido en el artículo 66 de la LFTyR. Asimismo, un autorizado puede comercializar el servicio sin tener el carácter de concesionario, al amparo de una autorización emitida por el Instituto en términos de lo dispuesto por los artículos 170, fracción I, 173 y 174 de la LFTyR. Por su parte, los concesionarios que prestan el servicio vía microondas requieren una concesión para el uso del espectro radioeléctrico, de conformidad con lo establecido en el artículo 75 de la LFTyR.

³¹⁸ El servicio se provee a través de troncales digitales (a través de un enlace TDM) o troncales IP (utilizando un enlace dedicado Ethernet). Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 3020 del Expediente AI/DC-002-2019.

³¹⁹ *Direct inward dialing* (o DID, por su acrónimo en inglés) son números de extensión directa desde la red de telefonía conmutada. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 5202 a 5205 y 5211 a 5218 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

IV.1.2.2.2. Sustitución por el lado de la demanda

- (452) El público objetivo al que está dirigido el servicio de troncales y el STF es diferente. El servicio de troncales atiende a usuarios corporativos, mientras que el STF está dirigido a usuarios residenciales y empresas de menor tamaño que demandan un número menor de líneas y generan menor cantidad de tráfico.
- (453) Los proveedores del servicio de troncales pueden condicionar la prestación del servicio a un número mínimo de troncales rentadas. Por ejemplo, en el caso de Telmex, su oferta señala que el mínimo es de 10 (diez) troncales.³²⁰ Al respecto, es importante señalar que cada troncal puede soportar hasta treinta líneas.
- (454) En este sentido, el costo mínimo en el que debe incurrir un usuario de troncales es notoriamente superior al costo del STF que va dirigido al segmento residencial y de micro negocios. Por ejemplo, considere el caso de la oferta de 10 (diez) troncales bidireccionales de Telmex.³²¹ El costo de la renta de cada troncal es de \$267.34 (doscientos sesenta y siete pesos con 34/100 M.N.), por lo que el costo mínimo en el que debe incurrir un usuario de manera mensual es de \$2,673.40 (dos mil seiscientos setenta y tres pesos con 40/100 M.N.). Este costo es muy superior al costo de una oferta del STF dirigido al segmento residencial y de micro negocios; por ejemplo, la oferta de *doble play* de Telmex que incluye el STF y el SBAF con una velocidad de descarga de 20 (veinte) Mbps tiene un precio de \$389.00 (trescientos ochenta y nueve pesos 00/100 M.N.).³²²
- (455) Además, el usuario del servicio de troncales tendría que cubrir un costo de instalación por troncal de \$5,254.80 (cinco mil doscientos cincuenta y cuatro pesos 80/100 M.N.), por lo que por las diez troncales pagaría \$52,548.00 (cincuenta y dos mil quinientos cuarenta y ocho pesos 00/100 M.N.).
- (456) De esta manera, es claro que, ante un pequeño pero sustancial y permanente incremento en precios del STF, un usuario del segmento residencial y de micro negocios no podría sustituir el STF recurriendo a la contratación de troncales. Por esta razón se considera que, desde la perspectiva de la demanda, el servicio de troncales no pertenece al mismo mercado relevante que el STF.

IV.1.2.2.3. Sustitución por el lado de la oferta

- (457) Un proveedor del servicio de troncales que pretenda comenzar a ofrecer el STF a través de su RPT, enfrentaría barreras económicas y legales que limitarían su

³²⁰ Tarifa con número de inscripción 61271.

³²¹ Tarifa con número de inscripción 61271.

³²² Tarifa con número de inscripción 251532, oferta disponible en todo el país excepto en Baja California y en algunos municipios del estado de Sonora.

capacidad de proveer el servicio en el corto plazo. En este sentido, no tendría la misma equivalencia que la sustitución por el lado de la demanda.

- (458) Lo anterior, toda vez que un proveedor del servicio troncales se focaliza en atender a pocos clientes del segmento empresarial y de gobierno, a los cuales provee el servicio a través de un enlace dedicado de última milla, mientras que para proveer el STF tendría que incrementar la capilaridad de su red de acceso (o red de última milla) para poder llegar al segmento masivo compuesto por clientes residenciales y de micro negocios. Por estas consideraciones no es viable la sustitución por el lado de la oferta.
- (459) Alternativamente, un operador podría recurrir a los servicios mayoristas de desagregación provistos por el AEP en el sector de telecomunicaciones;³²³ no obstante, el uso de estos servicios por parte de los concesionarios en los últimos años ha sido poco significativo.³²⁴
- (460) En conclusión, tanto desde la perspectiva de la demanda como de la oferta, se tienen elementos suficientes para concluir que el servicio de troncales no es sustituto del STF.

IV.1.2.3. Sustitución entre el STF y el servicio de provisión de comunicación por voz a través de Internet

- (461) A continuación, se analiza el servicio de provisión de comunicación por voz a través de Internet (en adelante servicios de voz OTT, del inglés *Over-the-top*) con el fin de determinar si constituye un posible sustituto del STF, para lo cual se presenta una breve descripción del servicio y posteriormente se evalúan sus características. El análisis de sustitución se lleva a cabo tanto por el lado de la demanda como de la oferta.

IV.1.2.3.1. Descripción de los servicios de voz OTT

- (462) Los servicios de voz OTT pueden definirse como aquellos servicios de voz que se transmiten sobre plataformas de internet y que no necesariamente son provistos por operadores de telecomunicaciones.
- (463) Los servicios de voz OTT requieren de un dispositivo terminal con acceso a internet, tales como computadoras, teléfonos inteligentes, o tabletas. La calidad con la cual

³²³ Tales como el SAIB, el SRLT y el SRP.

³²⁴ En el periodo de dos mil dieciséis a dos mil dieciocho, se han registrado pocas solicitudes de SAIB, SRLT y SRP: 6,085 (seis mil ochenta y cinco), 432 (cuatrocientas treinta y dos) y 6,818 (seis mil ochocientos dieciocho), respectivamente. Cabe señalar que cada solicitud está encausada a la provisión del servicio (STF o SBAF) a un solo suscriptor, por lo que las solicitudes por estos servicios representaron menos del 0.1% del total de suscriptores del STF a nivel nacional: 17.9 (diecisiete punto nueve) millones de suscriptores. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1981, 2018, 2162, 2354, 3543, 4013, 4981, 5184 y 6343 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

pueden realizarse las llamadas depende de la velocidad y capacidad del servicio de acceso a Internet de banda ancha a través de la cual se accede al servicio.³²⁵

- (464) Los servicios de voz OTT proveen además otros servicios tales como el envío de mensajes de texto, mensajes multimedia, transferencia de archivos, así como video llamadas.
- (465) Para proveer un servicio de voz OTT, los oferentes requieren principalmente de infraestructura computacional; una plataforma para gestionar dichos recursos computacionales, y desarrollar las aplicaciones mediante las cuales los usuarios podrán utilizar diferentes dispositivos finales para recibir el servicio.
- (466) Los usuarios utilizan la RPT de un tercero que provee el SBAF o el SBAM para conectar sus dispositivos a Internet y así acceder a los servicios de voz OTT. De esta manera, el área en la que un proveedor puede prestar el servicio de voz OTT está en función de la disponibilidad del servicio de acceso a Internet, a diferencia del STF, cuya área de cobertura depende del tamaño de la RPT de cada proveedor.
- (467) En general, los servicios de voz OTT se pueden dividir de acuerdo con su modelo de negocio y el tipo de servicio de voz que ofrecen:

Servicios gratuitos que no permiten realizar llamadas a números conectados a redes públicas de telefonía

- i. Estos servicios de voz OTT funcionan de manera gratuita, únicamente cuando la comunicación se establece entre usuarios del mismo proveedor del servicio. Un ejemplo de ello es el servicio que ofrece de manera gratuita *Skype*, *WhatsApp*, *Facetime*, entre otros, en los cuales no se cobra por el servicio cuando la comunicación ocurre entre usuarios de una misma plataforma.³²⁶ En estos casos, es necesario que ambos usuarios estén suscritos al mismo proveedor de servicios de voz OTT. Este tipo de servicios no permite realizar llamadas a teléfonos conectados a las redes de STF y STM, razón por la cual no se consideran sustitutos del STF.

Servicios de paga que permiten realizar llamadas a números conectados a redes de telefonía pública

- ii. **Transaccional:** En la modalidad transaccional, el usuario adquiere un determinado número de créditos en forma de prepago, los cuales le permiten realizar llamadas mediante un servicio de voz OTT a teléfonos conectados a la red de telefonía fija y móvil. En este caso, el costo del

³²⁵ Por ejemplo, Skype recomienda la siguiente velocidad de transmisión de datos para poder realizar llamadas: velocidad de descarga/ carga recomendada 100 kbps/100 kbps. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5208 del Expediente AI/DC-002-2019.

³²⁶ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5208 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

servicio está en función del país al que se llama y a la cantidad de minutos consumidos.

- iii. **Por suscripción:** Al igual que en la modalidad transaccional, los planes permiten realizar llamadas a números fijos (y móviles) a través de un pago. Sin embargo, en esta modalidad, el usuario de servicios de voz OTT paga una tarifa de manera periódica, lo cual le da acceso a los servicios de voz por un tiempo determinado.

IV.1.2.3.2. Sustitución por el lado de la demanda

- (468) Los servicios de voz OTT requieren que los usuarios cuenten con acceso a internet. Al respecto, se advierte que el 10.10% de los hogares que cuentan con el STF en ciudades en las que se encuentran los 16 (dieciséis) municipios de la Operación no tienen acceso al SBAF o al SBAM, por lo que para estos hogares la sustitución del STF con algún servicio OTT de voz sería limitada, ya que estaría condicionada a que primeramente contrataran algún servicio de acceso a internet.³²⁷
- (469) Adicionalmente, la calidad que ofrecen el STF y los servicios de voz OTT, es un factor que puede influir en el usuario para determinar si estos dos servicios son sustitutos. En particular, los servicios de voz OTT, a diferencia del STF, no pueden garantizar niveles de calidad en el servicio toda vez que para acceder al servicio de voz OTT el usuario debe tener acceso al servicio de acceso a internet de banda ancha (fijo o móvil), el cual es provisto por un tercero.
- (470) Asimismo, una proporción alta de los usuarios que cuentan con el SBAF no utilizan aplicaciones como *Skype*, *WhatsApp* o *Facetime* para realizar llamadas a través de internet. Por otro lado, aquellos que usan algún servicio de voz OTT consideran que las llamadas tienen una calidad menor a la realizada por el STF o el STM.

(espacio en blanco)

³²⁷ En particular, de acuerdo con los resultados de la ENDUTIH 2018, en las ciudades que involucra la Operación, el nivel de penetración es el siguiente: Guadalajara 90.30%, León 85.86%, Toluca 90.33%, Puebla 87.05% y Querétaro 96.61%. Se aclara que en las mediciones de la ENDUTIH 2018 los municipios del Estado de México de Toluca, Metepec, Lerma, San Mateo Atenco y Zinacantan se encuentran contenidos en la ciudad de Toluca; los municipios de Guadalajara, San Pedro Tlaquepaque y Tonalá del estado de Jalisco están contenidos en la ciudad de Guadalajara; el municipio de León, Guanajuato, se incluye en la Ciudad de León; los municipios de Cuautlaningo, Puebla, San Andrés Cholula y San Pedro Cholula se encuentran contenidos en la ciudad de Puebla, y los municipios de Corregidora, Querétaro y El Marqués, del estado de Querétaro se encuentran contenidos en la ciudad de Querétaro. Fuente: ENDUTIH 2018. "Sección IV. Equipamiento de tecnologías de la Información y comunicación (TIC) en el hogar". Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5015 del Expediente AI/DC-002-2019.

Tabla 23. Porcentaje de usuarios que no utilizan servicios de voz OTT y percepción de la calidad de estos servicios con respecto al STF y el STM. 2017.

Proveedor de telecomunicaciones fijos	Porcentaje de usuarios que no utilizan el SBAF para realizar llamadas por <i>Skype</i> , <i>WhatsApp</i> o <i>Facetime</i>	Porcentaje de usuarios que realizan llamadas por <i>Skype</i> , <i>WhatsApp</i> o <i>Facetime</i> que consideran que la calidad es peor respecto a la calidad de las llamadas realizadas por el STF o STM
Axtel	40.2%	36.3%
GTV	50.2%	53.2%
Megacable	37.2%	56.4%
Telmex	41.8%	56.8%

Fuente: Elaboración propia con base en Segunda encuesta trimestral de 2017 a usuarios de servicios de telecomunicaciones. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5026 del Expediente AI/DC-002-2019.

(471) De esta manera, existe una proporción considerable de usuarios que no utilizan los servicios de voz OTT para realizar llamadas.

(472) De lo analizado en la presente sección, se advierten diferencias importantes entre los servicios de voz OTT y el STF que permiten sostener que en la actualidad no son productos equiparables plenamente y, por ende, no son sustitutos. En particular, se señalan los siguientes aspectos: i) el 10.10% de los hogares que cuentan con el STF no cuentan con servicio de acceso a internet fijo o móvil; ii) los proveedores del servicio de voz OTT transfieren al consumidor la responsabilidad de la calidad del servicio, en contraste con el proveedor del STF que garantiza la calidad del servicio; iii) una proporción importante de los usuarios que cuentan con el SBAF no realizan llamadas a través de servicios de voz OTT, y iv) un porcentaje importante de usuarios de servicios de voz OTT perciben que la calidad de llamada es peor en comparación con la calidad de las llamadas realizadas a través del STF.

IV.1.2.3.3. Sustitución por el lado de la oferta

(473) Toda vez que la normatividad vigente en materia de telecomunicaciones no prevé una regulación específica respecto a los servicios de voz OTT, para que los proveedores de voz OTT pudieran ofrecer el STF deberían en principio cumplir con la normatividad aplicable, es decir, obtener una concesión o autorización, así como desplegar la infraestructura de red y los demás elementos necesarios para ofrecer el citado servicio. El cumplimiento de estos requerimientos implica tiempo y recursos, que limitan la sustitución por el lado de la oferta.³²⁸

³²⁸ De la información proporcionada por distintos proveedores del STF mediante redes cableadas, se advierte la necesidad de invertir grandes sumas de dinero para el continuo desarrollo de una RPT. Por ejemplo, en el periodo de dos mil quince a dos mil dieciocho AMX, GTV, Megacable y Total Play invirtieron, de manera conjunta, más de [redacted] en despliegue, mantenimiento y modernización de sus RPT a nivel nacional. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 1004, 3013, 4013 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- (474) En conclusión, tanto desde la perspectiva de la demanda como de la oferta, se considera que los servicios de voz OTT no son sustitutos del STF.

**IV.1.2.4. Sustitución entre las distintas modalidades de comercialización del STF:
*single play, doble play y triple play***

- (475) El STF se comercializa solo o en forma empaquetada con el STAR y/o el SBAF. El *single play* se refiere a la venta del STF de manera individual. Por su parte, el *doble play* se refiere al empaquetamiento del STF con el STAR o el SBAF (ej. STF+STAR y STF+SBAF). El *triple play* se refiere al empaquetamiento del STF, el STAR y SBAF.

- (476) A continuación, se presenta un análisis, tanto desde la perspectiva de la demanda como de la oferta, para determinar si es apropiado definir mercados relevantes separados para los empaquetamientos o si por el contrario las ofertas empaquetadas compiten en un solo mercado con las individuales.

IV.1.2.4.1. Sustitución por el lado de la demanda

- (477) Desde el punto de vista de la demanda, se deben evaluar las preferencias de los usuarios sobre la adquisición del STF de forma individual o en paquete. La Tabla 24 muestra información sobre la adquisición que hacen los usuarios del STF en cualquiera de sus modalidades, en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación.

(espacio en blanco)

Tabla 24. Estimación del consumo del STF de manera individual (*single play*) y empaquetado (*doble y triple play*), en términos de suscriptores, en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación.
Marzo de 2019.^{1a}

No	Estado	Municipio	Single Play	Doble Play		Triple Play
			STF	STF + STAR	STF + SBAF	STF + STAR + SBAF
1	Estado de México	Lerma	15.77%	0.01%	56.36%	27.86%
2	Estado de México	Meteppec	6.61%	0.04%	53.83%	39.52%
3	Estado de México	San Mateo Atenco	5.29%	0.05%	50.45%	44.21%
4	Estado de México	Toluca	19.74%	0.03%	48.17%	32.06%
5	Estado de México	Zinacantepec	8.84%	0.06%	52.54%	38.56%
6	Guanajuato	León	15.82%	0.07%	45.09%	39.02%
7	Jalisco	Guadalajara	19.95%	0.07%	52.90%	27.08%
8	Jalisco	San Pedro Tlaquepaque	14.11%	0.04%	52.31%	33.54%
9	Jalisco	Tonalá	6.42%	0.07%	46.12%	47.38%
10	Puebla	Cuatlancingo	4.70%	0.03%	50.66%	44.60%
11	Puebla	Puebla	12.41%	0.06%	54.22%	33.31%
12	Puebla	San Andrés Cholula	5.58%	0.05%	60.97%	33.40%
13	Puebla	San Pedro Cholula	16.24%	0.03%	66.24%	17.49%
14	Querétaro	Corregidora	4.02%	0.12%	32.94%	62.92%
15	Querétaro	El Marqués	5.22%	0.10%	17.81%	76.87%
16	Querétaro	Querétaro	11.80%	0.05%	37.10%	51.05%
Agregado			14.48%	0.06%	48.38%	37.09%

Nota:

^{1a} Esta tabla se elaboró con base en información proporcionada por los agentes económicos, por lo que no se consideran los posibles paquetes sintéticos que los usuarios podrían formar con base en la combinación de ofertas *single play* y *doble play*.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019", así como el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

(478) De la Tabla 24 se desprende que, en el agregado, los suscriptores del STF que contratan la modalidad de *doble play* que incluye STF+SBAF y la modalidad de *triple play* representan el 48.38% y el 37.09% del total de suscriptores del STF, respectivamente. Por su parte, la modalidad de *doble play* del STF+STAR se consume marginalmente, representado solo 0.06% del total de suscriptores. En tanto, el STF en *single play* representa el 14.48% del total de suscriptores.

(479) Si bien la mayoría de los usuarios del STF lo contrata en la modalidad de *doble play* (STF+SBAF), la contratación en las otras modalidades representa más del 50%, destacando la modalidad en *triple play* que representa el 37.09% y el *single play* que representa el 14.48%. Cabe señalar que en el periodo de dos mil catorce a dos mil dieciocho, la contratación en la modalidad de *triple play* (STF+STAR+SBAF) observó un crecimiento importante (de 17.61% a 37.09%), mientras que la contratación del STF en *single play* y *doble play* se redujeron (de 28.74% a 14.48%, en el caso del en *single play*, y de 52.52% a 48.38%, en el caso del *doble play*

(STF+SBAF)).³²⁹ De esta manera, no se advierte que el consumo del STF tienda a concentrarse en una sola modalidad de provisión del servicio.

(480) En la tabla siguiente se muestra el número de proveedores que registran suscriptores en cada modalidad de provisión del STF, en cada uno de los 16 (dieciséis) municipios de la Operación.

Tabla 25. Número de proveedores que registran suscriptores en servicios individuales (*single play*) y empaquetados (*doble play* y *triple play*), por municipio. Marzo de 2019 (después de la Operación).

No	Estado	Municipio	<i>Single play</i>			<i>Doble play</i>			<i>Triple play</i>
			STAR	SBAF	STF	STAR+ SBAF	STF + STAR	STF + SBAF	STF + STAR + SBAF
1	Estado de México (5)	Lerma	4	3	4	2	1	4	3
2		Metepec	5	4	4	3	2	4	3
3		San Mateo Atenco	4	4	3	1	1	4	2
4		Toluca	6	5	4	4	2	5	4
5		Zinacantepec	4	3	3	1	1	4	2
6	Guanajuato (1)	León	5	4	4	3	2	4	4
7	Jalisco (3)	Guadalajara	5	4	4	3	2	4	3
8		San Pedro Tlaquepaque	4	3	4	3	1	4	3
9		Tonalá	4	4	3	3	2	4	3
10	Puebla (4)	Cuautlancingo	4	3	3	1	1	4	2
11		Puebla	5	4	4	3	2	4	3
12		San Andrés Cholula	4	4	3	3	1	4	3
13		San Pedro Cholula	4	4	3	2	2	4	2
14	Querétaro (3)	Corregidora	4	4	3	3	2	4	3
15		El Marqués	4	3	4	2	1	4	2
16		Querétaro	5	5	5	4	3	5	4

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019", así como el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

(481) Obsérvese que, en todos los municipios de la Operación, existen proveedores que registran suscriptores en todos los tipos de empaquetamiento; lo que varía es el número de oferentes por municipio. Lo anterior es evidencia de que un usuario que desee sustituir un paquete de *doble play* o *triple play* que incluya el STF tiene a su disposición ofertas de *single play* y *doble play* del STF, SBAF y STAR que le permitirían combinarlas para que él mismo configure su propio paquete (también denominado, paquete sintético).

³²⁹ Fuente: Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

0518100

- (482) En este sentido, de acuerdo con la ENDUTIH 2018, se advierte que 21.35% de los hogares que contratan el STF en las ciudades de Guadalajara, León, Puebla, Querétaro y Toluca (en las cuales se encuentran los 16 -dieciséis- municipios de la Operación) lo hacen a través del empaquetamiento sintético.³³⁰ En particular, se destaca el interés del consumidor por adquirir un doble (STF+SBAF) para agregar el STAR y conformar un *triple*. Es decir, hay cierta rivalidad entre los paquetes doble y triple, de tal modo que no se puede definir una frontera clara entre los paquetes.
- (483) Considerando que el objetivo de la definición producto del mercado relevante está ligado a evaluar la Operación en términos de la competencia que resulte entre los agentes económicos que participan en el mercado, se considera adecuado determinar que el STF en cualquier modalidad de uso constituye un mercado relevante.
- (484) Lo anterior en virtud de que en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación se advierte lo siguiente: i) la mayoría de los agentes económicos pone a disposición de los usuarios del STF ofertas en las que venden el STF, STAR y SBAF en las modalidades de *single play* y *doble play*; ii) existe evidencia de que el consumo del STF en los diferentes paquetes no muestra una independencia con respecto a los demás, y iii) existe evidencia de que los usuarios adquieren el STF mediante la configuración de paquetes sintéticos (combinando ofertas de *single play* y *doble play*).

IV.1.2.4.2. Sustitución por el lado de la oferta

- (485) Desde el punto de vista de la oferta, se debe evaluar si un oferente que provee el STF en la modalidad de *single play* puede proveer, en un tiempo corto y sin incurrir en costos significativos, el STF en modalidades de *doble play* y *triple play*.
- (486) Al respecto, se advierte que en el caso de los proveedores del STF que utilizan medios cableados, estos ya proveen el STF de forma empaquetada en modalidad de *doble play* y *triple play*.³³¹

³³⁰ De los 1.45 (uno punto cuarenta y cinco) millones de hogares que cuentan con el STF en dichas ciudades, 14.73% lo contrata mediante el paquete sintético formado por (STAR)+(STF+SBAF); 1.96% contrata (STF)+(STAR); 1.72% (STF)+(STAR+SBAF); 0.88% (STF)+(STAR)+(SBAF), y 2.07% otras combinaciones que incluyen el STF. Se aclara que, en las mediciones de la ENDUTIH 2018, los municipios del Estado de México de Toluca, Metepec, Lerma, San Mateo Atenco y Zinacantan se encuentran contenidos en la ciudad de Toluca; los municipios de Guadalajara, San Pedro Tlaquepaque y Tonalá del estado de Jalisco están contenidos en la ciudad de Guadalajara; el municipio de León, Guanajuato, se incluye en la Ciudad de León; los municipios de Cuautlancingo, Puebla, San Andrés Cholula y San Pedro Cholula se encuentran contenidos en la ciudad de Puebla, y los municipios de Corregidora, Querétaro y El Marqués, del estado de Querétaro se encuentran contenidos en la ciudad de Querétaro. Fuente: ENDUTIH 2018. "Sección IV, Equipamiento de tecnologías de la Información y comunicación (TIC) en el hogar". Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5015 del Expediente AI/DC-002-2019.

³³¹ Telmex no provee el STAR en virtud de que su título de concesión no se lo permite, por lo que, en su caso, tendría que obtener un título de concesión que le habilite para prestar el STAR.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- (487) En conclusión, se considera que, tanto desde la perspectiva de la oferta como de la demanda, las diferentes ofertas del STF de *single play*, *doble play* y *triple play* (es decir, las ofertas de STF, STF+SBAF, STF+STAR y STF+SBAF+STAR) forman parte del mismo mercado relevante.

IV.1.3. Dimensión geográfica

- (488) Para la delimitación de la dimensión geográfica del mercado relevante se utilizan los criterios establecidos en las fracciones II y III del artículo 58 de la LFCE, las cuales señalan lo siguiente:

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

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

- (489) A su vez, el artículo 5 de las Disposiciones Regulatorias indica que se debe delimitar el área geográfica en la que se ofrecen o demandan los bienes y servicios, y si en la misma existe la opción de acudir indistintamente a los proveedores o clientes sin incurrir en costos significativos.

- (490) En lo sucesivo, el análisis de la dimensión geográfica, tanto desde la perspectiva de la demanda como de la oferta, se basa en las disposiciones citadas. Dicho análisis comienza identificando como área focal las localidades en que coincide la oferta de servicios de telecomunicaciones de Axtel y Megacable, esto es, en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación.

IV.1.3.1. Sustitución por el lado de la demanda

- (491) Desde la perspectiva de la demanda, los usuarios del STF únicamente pueden acudir a los proveedores que cuenten con las autorizaciones y los medios físicos (despliegue de RPT) necesarios para prestar el servicio en la zona en donde se encuentre ubicado su domicilio, el cual en el corto plazo se puede considerar como fijo. Si un consumidor observa que en otra zona geográfica existe una oferta comercial del STF con mejores condiciones de precio o de número de llamadas incluidas, la única forma en que podría acudir a dicho mercado sería cambiando su lugar de residencia. En este sentido, las probabilidades de que un usuario acuda a otros mercados para abastecerse de los servicios ofrecidos por otros proveedores del STF son muy bajas.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

- (492) Los usuarios del STF ubicados en localidades diferentes disponen de ofertas comerciales distintas. Estas pueden diferir en términos de un amplio número de variables: el número de proveedores del STF que están presentes en cada localidad, el precio de los paquetes que se ofrecen, los servicios de valor agregado que ofrezca cada proveedor del STF, las ofertas empaquetadas del STF con otros servicios como el STAR y el SBAF, entre otros.
- (493) Ahora bien, la Operación que dio origen a la presente investigación involucra la adquisición de la cartera de clientes del STF de Axtel en 16 (dieciséis) municipios, ubicados en 5 (cinco) entidades federativas del país, en los cuales Megacable ya tenía presencia antes de la Operación. Los usuarios del STF que habitan en esos municipios tienen la opción de contratar dicho servicio únicamente con los oferentes que cuenten con cobertura en su domicilio. En la Tabla 26 se muestra a los proveedores del STF que tienen presencia en cada uno de los municipios materia de la Operación.

(espacio en blanco)

Tabla 26. Presencia de los principales oferentes del STF en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación. Marzo de 2019 (después de la Operación).

No.	Estado	Municipio	Megacable					Total	
			Axtel	Megacable	GTV	Telmex	Total Play		Twister
1	Estado de México	Lerma	X	X		X	X	3	
2	Estado de México	Metepiec	X	X		X	X	3	
3	Estado de México	San Mateo Atenco	X	X		X	X	3	
4	Estado de México	Toluca	X	X		X	X	X	4
5	Estado de México	Zinacantan	X	X		X	X	3	
6	Guanajuato	León	X	X		X	X	3	
7	Jalisco	Guadalajara	X	X		X	X	3	
8	Jalisco	San Pedro Tlaquepaque	X	X		X	X	3	
9	Jalisco	Tonalá	X	X		X	X	3	
10	Puebla	Cuatlaningo	X	X		X	X	3	
11	Puebla	Puebla	X	X		X	X	3	
12	Puebla	San Andrés Cholula	X	X		X	X	3	
13	Puebla	San Pedro Cholula	X	X		X	X	3	
14	Querétaro	Corregidora	X	X		X	X	3	
15	Querétaro	El Marqués	X	X		X	X	3	
16	Querétaro	Querétaro	X	X	X	X	X	4	
			16	16	1	16	16	1	

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019", así como el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

- (494) En la Tabla 26 se aprecia que después de la Operación, el número de oferentes por municipio oscila entre 3 (tres) y 4 (cuatro). En particular, GTV (a través de TV Cable de Oriente, S.A. de C.V.) únicamente registra usuarios del STF en 1 (un) municipio; Total Play, Telmex y Megacable participa en 16 (dieciséis). Asimismo, se detectó que en un municipio de la Operación (Toluca, Estado de México) provee el servicio una empresa cablera de menor tamaño (Twister).³³²
- (495) Toda vez que el número y los oferentes del STF pueden variar de una localidad a otra, se advierte que las condiciones de oferta que enfrentan los usuarios del STF se determinan a nivel local. Es decir, el número de oferentes y las características de la

³³² Twister solo provee el STF en el municipio de Toluca, Estado de México, en donde registra [REDACTED] suscriptores. Véase Tabla 28.

oferta que dispone cada consumidor dependerá de la localidad en que esté ubicado.

(496) Lo anterior, se ilustra en la siguiente tabla:

Tabla 27. Ofertas comerciales del STF por municipio.

Municipio	Proveedor del STF	Características de los paquetes	Renta mensual con impuestos
Ofertas del STF en <i>doble play</i> (STF+SBAF)^a			
León, Guanajuato	Megacable	Ilimitado Plus + 20 Mbps	\$ 579.00
	Telmex	Paquete 389 (con 20 Mbps)	\$ 389.00
	Total Play	Micro 20 Doble Play F	\$ 493.00
Toluca, Estado de México	Twister	Internet 20 Megas + Telefonía	\$ 389.00
	Megacable	Ilimitado Plus + 20 Mbps	\$ 479.00
	Telmex	Paquete 389 (con 20 Mbps)	\$ 389.00
	Total Play	Micro 20 Doble Play F	\$ 493.00
Querétaro, Querétaro	GTV	Wizzplus (con 20 Mbps)	\$ 320.00
	Megacable	Ilimitado Plus + 20 Mbps	\$ 429.00
	Telmex	Paquete 389 (con 20 Mbps)	\$ 389.00
	Total Play	Micro 20 Doble Play F	\$ 493.00
Ofertas del STF en <i>triple play</i> (STF+STAR+SBAF)^{b/c}			
León, Guanajuato	Megacable	Súper Digital + HD Total + XView + Ilimitado Plus + Hasta 80 Mbps	\$ 849.00
	Total Play	Práctico (80 canales y 80 Megas) Triple Play	\$ 1,019.00
Toluca, Estado de México	Twister	MI TV Max + Internet 30 Megas + Telefonía Fija	\$ 759.00
	Megacable	Súper Digital + HD Total + XView + Ilimitado Plus + Hasta 80 Mbps	\$ 879.00
	Total Play	Práctico (80 canales y 80 Megas) Triple Play	\$ 1,019.00

Notas:

^a Paquetes *doble play* (STF+SBAF): Respecto al STF, todas las ofertas incluyen llamadas ilimitadas a números fijos locales, números móviles nacionales y números de larga distancia internacional, excepto la oferta de Total Play, que incluye 3,000 (tres mil) llamadas a números fijos nacionales, 2,500 (dos mil quinientos) minutos de llamadas a teléfono móvil nacional y 3,000 (tres mil) minutos de llamadas de larga distancia internacional. Respecto al SBAF, todas las ofertas *doble play* incluyen 20 (veinte) Mbps de velocidad de descarga de datos. Tarifas con número de inscripción: Telmex, 251532; GTV, 235328; Total Play, 228972; Twister 172188 y Megacable, 251627, 251966 y 255267.

^b En la comparación de paquetes del STF que se proveen en la modalidad de *triple play* no se incluye a Telmex, ya que su título de concesión no le permite proveer el STAR.

^c Paquetes *triple play* (STF+STAR+SBAF): Respecto al STF, todas las ofertas incluyen llamadas ilimitadas a números fijos locales, números móviles nacionales y números de larga distancia internacional, excepto la de Total Play, que incluye 2,000 (dos mil) llamadas a números fijos nacionales. Respecto al SBAF, todas las ofertas incluyen 80 (ochenta) Mbps de velocidad de descarga de datos, excepto Twister, cuya oferta de mayor velocidad es de 30 (treinta) Mbps. Respecto al STAR, el paquete de Twister incluye 106 (ciento seis) canales SD; el paquete de Total Play incluye 59 (cincuenta y nueve) canales SD y 21 (veintiún) canales HD; el paquete de Megacable en Toluca, Estado de México incluye 157 (ciento cincuenta y siete) canales en SD y 98 (noventa y ocho) en HD; el paquete de Megacable en León, Guanajuato incluye 158 (ciento cincuenta y ocho) canales en SD y 97 (noventa y siete) en HD. Tarifas con número de inscripción: Megacable 235675 y 235807; Total Play, 229653 y Twister 172181.

(497) De la tabla anterior se advierte que las ofertas que tiene a disposición un usuario varían dependiendo del municipio en el que se ubique su domicilio. Por ejemplo,

en el caso en que el usuario desee contratar el STF en modalidad de *doble play*, si habita en León, Guanajuato dispondrá de las ofertas que brindan 3 (tres) oferentes (Telmex, Megacable y Total Play), mientras que si habita en Toluca, Estado de México o en Querétaro, Querétaro dispondrá de las ofertas de 4 (cuatro) proveedores (en particular, los usuarios del STF que habitan en el municipio de Querétaro, Querétaro, podrán acceder a las ofertas comerciales de STF de GTV, mientras que únicamente los usuarios del STF en el municipio de Toluca, Estado de México podrán acceder a la oferta de Twister).

- (498) Asimismo, el usuario enfrenta diferentes precios y características del servicio (como número de llamadas a números fijos, móviles, nacionales e internacionales) dependiendo del municipio en que habite. Incluso, se observa que la oferta comercial de un mismo proveedor varía en precios de una localidad a otra, como es el caso de Megacable, que ofrece el paquete *triple play " Súper Digital + HD Total + XView + Ilimitado Plus + Hasta 80 Mbps "* a diferentes precios en León, Guanajuato y en Toluca, Estado de México. En el caso de los paquetes *doble play*, Megacable ofrece el paquete *" Ilimitado Plus + 20 Mbps "* a precios diferentes en los municipios de León, Guanajuato, Toluca Estado de México y Querétaro, Querétaro. Las diferencias observadas indican que las condiciones de competencia se determinan localmente.
- (499) Los ejemplos anteriores reflejan la capacidad de los proveedores del STF de discriminar precios con base en la ubicación de los consumidores. Esta capacidad obedece a que los consumidores del STF no pueden llevar a cabo arbitraje y a que dichos consumidores son identificables por parte de los proveedores. Cuando existe discriminación basada en la localización de los consumidores, la dimensión geográfica es local.
- (500) En conclusión, desde la perspectiva de la demanda, el mercado relevante tiene una dimensión geográfica definida por ubicación del punto de acceso a la RPT. Lo anterior, ya que la oferta a la cual puede acceder un usuario del STF depende de la ubicación de su domicilio.

IV.1.3.2. Sustitución por el lado de la oferta

- (501) Desde la perspectiva de la oferta, se evalúa la posibilidad de que un consumidor ubicado en el área focal (aquella en las que coinciden las partes involucradas en la Operación) pudiera ser atendido por una empresa que se ubica fuera de ella. En este sentido, se trata de evaluar la posible provisión del STF por empresas ubicadas fuera del área focal.
- (502) La posibilidad de que una empresa fuera del área focal la abastezca, dependerá de la rapidez con la que pueda llegar a dicha área si observara un aumento de precios, de tal suerte, que guarde congruencia con la sustitución por el lado de la



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

demanda, en términos de oportunidad para obtener el servicio. Ello implicaría que una empresa que provee el STF fuera del área focal necesitaría desplegar una RPT al domicilio del usuario final.

(503) El área geográfica en la cual un concesionario puede proporcionar el STF se puede ver limitada por dos factores:

- i. Su título de concesión que establece la delimitación geográfica.
- ii. La cobertura de su RPT, la cual se determina con base en las decisiones de inversión de cada uno de los concesionarios.

(504) Las limitaciones normativas para proveer el STF están asociadas a los títulos de concesión que se requieren para poder prestar el servicio. Los proveedores del servicio necesitan contar con la concesión única, a la que se refiere el artículo 3, fracción XII de la LFTyR. El título de concesión única debe establecer los programas y compromisos de cobertura geográfica, esto de conformidad con el artículo 74, fracción VI, de la LFTyR.

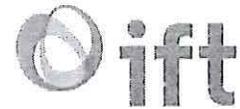
(505) En relación con las concesiones otorgadas a los principales proveedores del STF en las áreas geográficas de la Operación, se observa lo siguiente:

- i. Telmex provee el STF a través de par de cobre y fibra óptica, mediante diversos títulos de concesión que le permiten proveer dicho servicio prácticamente en todo el territorio nacional.
- ii. Megacable y GTV (a través de TV Cable de Oriente, S.A. de C.V.) que proveen el STF vía cable, poseen títulos de concesión que establecen las coberturas geográficas en las que se puede proveer el servicio, los cuales en su mayoría limitan la cobertura geográfica a pocas localidades o municipios.³³³
- iii. Total Play y Axtel proveen el STF utilizando fibra óptica, mediante títulos de concesión que les permiten proveer el servicio en todo el territorio nacional.³³⁴

(506) Por otro lado, las limitaciones físicas refieren a la instalación de una RPT para proveer el STF a través de medios cableados. Si un operador que utilice cable coaxial, par de cobre y/o fibra óptica desea instalar una RPT en un mercado en el que no está presente, enfrenta costos importantes. La instalación de una RPT implica desplegar cableado y colocar nueva infraestructura y equipos que permita distribuir los servicios en las distintas poblaciones hasta llegar al domicilio del usuario donde se ofrecerá el servicio. Asimismo, requiere obtener los permisos correspondientes para

³³³ Por ejemplo, véase títulos de concesión con folios electrónicos: FET010638CO-100669, FET010774CO-100669 y FET007978CO-100418. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 723, 1314 a 1331 y 1383 del Expediente AI/DC-002-2019.

³³⁴ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 967, 1004, 1061 a 1069 y 1127 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

la ocupación de los derechos de vía y diversas autorizaciones estatales y municipales que le permitan desplegar el cableado, y contratar al personal técnico, administrativo y de ventas necesario para ofrecer el servicio.

- (507) Por consiguiente, el despliegue de redes cableadas no es inmediato y requiere de importantes plazos y erogaciones de recursos financieros para poder realizarse, lo cual restringe las posibilidades de los prestadores del STF para poder expandir su área de cobertura en el corto plazo. Por ejemplo, un operador que provee el STF solo en el Municipio de Toluca, Estado de México, ante un incremento en el precio del STF en el municipio de León, Guanajuato, tendría dificultades para desplegar una red y comenzar a brindar el servicio en el corto plazo y sin costos apreciables en dicho municipio.³³⁵
- (508) Cabe señalar que los proveedores del STF pueden acceder a la infraestructura pasiva del AEP en el sector de telecomunicaciones, en virtud de las medidas impuestas por el IFT que lo obligan a brindar el servicio de acceso y uso compartido de infraestructura. Al respecto, se advierte que los proveedores del STF recurren solo de manera marginal al arrendamiento de infraestructura pasiva del AEP en el sector de telecomunicaciones. Por ejemplo, en dos mil dieciocho, de los agentes económicos que participan en los municipios de la Operación, [REDACTED] arrendó postes al AEP en el sector de telecomunicaciones en las entidades federativas donde tuvo efectos la Operación,³³⁶ los cuales representaron un porcentaje [REDACTED] del total de postes arrendados ([REDACTED]).³³⁷
- (509) Por tanto, desde el punto de vista de la oferta, se considera que la dimensión geográfica del mercado relevante es local, ya que, en primer lugar, los proveedores del STF podrían necesitar modificar la cobertura de su título de concesión para proveer el servicio en una localidad de la Operación en la que actualmente no tienen cobertura. En segundo lugar, los oferentes del STF requieren de tiempo y erogaciones importantes de recursos financieros para desplegar una RPT que les permita empezar a proveer el servicio en una de las localidades de la Operación, en la que previamente no estaba en condiciones de proveerlo.

³³⁵ Por ejemplo, Twister señaló que entre los principales obstáculos que enfrenta para desplegar redes cableadas que le permitan proveer el STAR, SBAF y STF se encuentran: [REDACTED]; además, señaló que otro factor es el [REDACTED]; asimismo, señaló que los precios de [REDACTED]

[REDACTED] Fojas 1012 del Expediente.

³³⁶ [REDACTED] reportaron que, durante dos mil dieciocho, no arrendaron postes del AEP en el sector de telecomunicaciones en las entidades federativas donde tuvo efectos la Operación. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004, 1226, 1333, 1685 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

³³⁷ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004, 1226, 1333, 1685 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

- (510) Finalmente, considerando que, desde la perspectiva de la demanda, los usuarios solo pueden acceder a las ofertas de los proveedores del STF que tienen presencia en la ubicación de su domicilio y que, desde la perspectiva de la oferta, un operador de redes cableadas que no tiene presencia en una localidad específica no podría ingresar rápidamente a esta para proveer el STF sin costos apreciables, se considera adecuado definir el ámbito geográfico del mercado relevante como local. Esta definición captura las presiones competitivas de cada uno de los participantes de los mercados relevantes y, por tanto, resulta idónea para evaluar la Operación.

IV.1.3.3. Unidad geográfica de análisis

- (511) Como se mencionó previamente, desde la perspectiva de la demanda, la dimensión geográfica debería ser definida por localización del punto de acceso; sin embargo, esto no es posible ya que no se cuenta con información con ese nivel de desagregación.
- (512) Aunado a lo anterior, y considerando que: i) la cobertura geográfica que se establece en los títulos de concesión para los operadores de redes cableadas es, principalmente, por municipio y/o población, y ii) la información de mayor desagregación geográfica que resulta comparable entre los agentes económicos que participan en los mercados en los que tiene efectos la Operación es a nivel municipal, se adoptó como unidad geográfica de análisis el municipio,³³⁸ tomando como base el catálogo del INEGI 2019,³³⁹ a nivel de Área Geoestadística Municipal.
- (513) Por tanto, se concluye que los mercados relevantes tienen una dimensión geográfica local, la cual para efectos de este análisis se define a nivel de municipio.

IV.1.4. Otros aspectos a considerar en la delimitación del mercado relevante

- (514) El artículo 58 de la LFCE, en sus fracciones IV y V establece dos criterios adicionales que pueden afectar la determinación del mercado relevante, tanto en su dimensión producto como geográfica.

IV.1.4.1. Restricciones normativas a clientes o proveedores alternativos

- (515) El artículo 58, fracción IV de la LFCE establece lo siguiente:

Artículo 58. Para la determinación del mercado relevante, deberán considerarse los siguientes criterios:

³³⁸ Cabe señalar que el concepto de municipio, a diferencia del de población, se encuentra reconocido por el INEGI, permitiendo delimitar con mayor exactitud la extensión geográfica referenciada.

³³⁹ Catálogo Único de Claves de Áreas Geoestadísticas Estatales, Municipales y Localidades. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5235 del Expediente AI/DC-002-2019.

(...)

IV. Las restricciones normativas de carácter federal, local o internacional que limiten el acceso de usuarios o consumidores a fuentes de abasto alternativas, o el acceso de los proveedores a clientes alternativos;

- (516) Al respecto se advierte que no existen restricciones normativas de carácter federal, local o internacional que limiten el acceso de los usuarios finales a fuentes de abasto alternativas. Las restricciones para abastecerse de otras fuentes vienen dadas por la presencia de proveedores en las zonas geográficas en donde se encuentre el domicilio donde los usuarios quieran recibir el servicio.
- (517) Por otro lado, tampoco existen restricciones normativas que limiten el acceso de los proveedores de este servicio a clientes alternativos, dentro de la zona en donde están autorizados a prestar sus servicios. No obstante, existen limitantes para que los concesionarios que proveen el STF accedan a clientes que se ubiquen fuera de las zonas que tienen concesionadas.

IV.1.4.2. Otros criterios técnicos

- (518) El artículo 58, fracción V de la LFCE establece lo siguiente:
- Artículo 58. Para la determinación del mercado relevante, deberán considerarse los siguientes criterios:*
- (...)
- V. Los demás que se establezcan en las Disposiciones Regulatorias, así como los criterios técnicos que para tal efecto emita (el Instituto).*
- (519) Con relación a la fracción antes citada, el artículo 5 de las Disposiciones Regulatorias establece lo siguiente:
- Artículo 5. Para la determinación del mercado relevante se deben analizar las circunstancias particulares de cada caso, identificar los bienes o servicios producidos, distribuidos, adquiridos, comercializados u ofrecidos y aquellos que los sustituyan o puedan sustituirlos oportunamente. Asimismo, se debe delimitar el área geográfica en la que se ofrecen o demandan dichos bienes o servicios, y si en la misma existe la opción de acudir indistintamente a los proveedores o clientes sin incurrir en costos significativos.*
- (520) Al respecto, se advierte que las consideraciones de este artículo ya están incorporadas en los párrafos 429 a 517.

IV.1.5. Conclusión sobre el mercado relevante

- (521) Por lo tanto, del análisis de las fracciones I a V del artículo 58 de la LFCE, en correlación con lo establecido en el artículo 5 de las Disposiciones Regulatorias, se

concluye que los mercados relevantes corresponden a la provisión del STF a través de par de cobre, cable coaxial y fibra óptica, dirigido al segmento residencial y de micro negocios, ofrecido de manera individual (*single play*) o empaquetada con otros servicios de telecomunicaciones fijos (*doble play* y *triple play*), en cada uno de los 16 (dieciséis) municipios siguientes: (1) Lerma, (2) Metepec, (3) San Mateo Atenco, (4) Toluca, y (5) Zinacantan, en el Estado de México; (6) León, Guanajuato; (7) Guadalajara, (8) San Pedro Tlaquepaque y (9) Tonalá, en el estado de Jalisco; (10) Cuautlancingo, (11) Puebla, (12) San Andrés Cholula, y (13) San Pedro Cholula, en el estado de Puebla; así como (14) Corregidora, (15) El Marqués y (16) Querétaro, en el estado de Querétaro.

IV.2. Poder sustancial

- (522) El poder sustancial en los mercados relevantes se determina con fundamento en el artículo 59 de la LFCE, en correspondencia con lo establecido en los artículos 7 y 8 de las Disposiciones Regulatorias.
- (523) Esta sección incluye los siguientes 6 (seis) apartados: el primero analiza las participaciones de mercado y los índices de concentración (antes y después de la Operación) y evalúa la capacidad de fijar precios de la entidad resultante de la concentración; el segundo contempla la existencia de barreras a la entrada; el tercero considera la existencia y poder de los competidores; el cuarto analiza el acceso a fuentes de insumos; el quinto aborda el comportamiento reciente de los agentes económicos y, por último, el sexto apartado incluye otros criterios establecidos en las Disposiciones Regulatorias para determinar la existencia de poder sustancial. Todos estos apartados se analizan en el ámbito de los mercados relevantes de la Operación.

IV.2.1. Participaciones de mercado y capacidad de fijar precios o restringir el abasto

- (524) Conforme a la fracción I del artículo 59 de la LFCE, para determinar si uno o varios agentes económicos tienen poder sustancial en los mercados relevantes deberá considerarse, entre otros elementos, los siguientes:

I. Su participación en dicho mercado y si pueden fijar precios o restringir el abasto en el mercado relevante por sí mismos, sin que los agentes competidores puedan, actual o potencialmente, contrarrestar dicho poder.

Para determinar la participación de mercado, la Comisión (en este caso, el Instituto) podrá tener en cuenta indicadores de ventas, número de clientes, capacidad productiva, así como cualquier otro factor que considere pertinente; (Énfasis añadido).



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

IV.2.1.1. Agentes económicos que participan en los mercados relevantes

- (525) Después de la Operación, el número de agentes económicos que participa en cada uno de los mercados relevantes varía entre 3 (tres) y 4 (cuatro). Específicamente, los agentes económicos que proveen el STF en los mercados relevantes de la Operación son los siguientes: Megacable, Telmex, Total Play que participan en los 16 (dieciséis) mercados relevantes, mientras GTV participa únicamente en uno y Twister en otro.³⁴⁰
- (526) Ahora bien, e a marzo de dos mil diecinueve, los suscriptores del STF en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación ascendieron a [REDACTED], que equivalen al [REDACTED] de los suscriptores a nivel nacional; [REDACTED].³⁴¹

IV.2.1.2. Participaciones de mercado e índices de concentración

- (527) Las participaciones de mercado y los IHH se calcularon en términos de suscriptores para cada uno de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, con información aportada por los agentes económicos a marzo de dos mil diecinueve.
- (528) Para el análisis de los IHH consideró el Criterio técnico, el cual en su artículo 6 indica lo siguiente:
- El Instituto considerará que es poco probable que una concentración tiene por objeto o efecto obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre concurrencia, cuando posteriormente a ésta suceda alguna de las siguientes situaciones:*
- a) $IHH \leq 2,000$ puntos;
 - b) $2,000 < IHH \leq 3,000$ y $\Delta HH \leq 150$ puntos; o
 - c) $IHH > 3,000$ y $\Delta HH \leq 100$

- (529) Adicionalmente, el artículo 7 del mismo Criterio técnico establece que:

Aun cuando una concentración implique valores del IHH y de la ΔHH que se ubiquen dentro de los umbrales (antes referidos), el Instituto podrá considerar que existen potenciales riesgos de que (la concentración) tiene por objeto o

³⁴⁰ GTV opera en el mercado relevante de Querétaro, Querétaro, mientras que Twister opera en el mercado relevante de Toluca, Estado de México.

³⁴¹ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019, Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019", así como el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

efecto obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la competencia y libre
conurrencia, si sucede una o varias de las siguientes circunstancias:

(...)

b) Los agentes económicos involucrados en la concentración alcancen una
participación superior al treinta y cinco por ciento;

(...)

(530) En la Tabla 28 se muestran las participaciones de los agentes económicos que
proveen el STF en los mercados relevantes, el IHH antes y después de la Operación,
el tamaño del mercado en términos de suscriptores y el agente económico que
ocupa la posición líder en cada uno de los 16 (dieciséis) mercados relevantes.

Tabla 28. STF. Participaciones de mercado e IHH, en términos de suscriptores, antes y después de la
Operación, Marzo 2019.

ID	Estado	Municipio	Suscriptores	IHH Antes	IHH Después	Δ IHH	Megacable Antes (%)	Megacable Después (%)	Telmex (%)	Total Play (%)	GTV (%)	Twister (%)	Líder
1	Estado de México	Lerma		4,893.49	4,898.93	5.44	25.67	25.78	64.31	9.91			Telmex
2	Estado de México	Metepéc		3,592.08	3,799.23	207.14	27.83	31.55	49.41	19.04			Telmex
3	Estado de México	San Mateo Atenco		4,618.98	4,905.75	286.77	50.61	53.44	45.26	1.30			Megacable
4	Estado de México	Toluca		4,235.18	4,283.32	48.13	19.90	21.11	58.52	20.32		0.05	Telmex
5	Estado de México	Znacontepac		4,997.53	5,005.90	8.37	45.59	45.68	54.03	0.29			Telmex
6	Guanajuato	León		4,080.41	4,300.02	219.60	36.85	39.83	51.34	8.83			Telmex
7	Jalisco	Guadalajara		4,575.20	4,742.38	167.18	22.13	25.91	62.80	11.29			Telmex
8	Jalisco	San Pedro Tlaquepaque		4,087.67	4,108.22	20.55	26.04	26.44	55.54	18.03			Telmex
9	Jalisco	Tonalá		3,822.57	3,947.28	124.71	44.09	45.50	41.26	13.25			Megacable
10	Puebla	Cuauhtlancingo		4,951.47	4,989.63	38.16	55.93	56.27	42.68	1.04			Megacable
11	Puebla	Puebla		3,979.68	4,184.05	204.37	30.36	33.73	53.76	12.51			Telmex
12	Puebla	San Andrés Cholula		3,679.88	3,764.49	84.62	23.36	25.17	50.28	24.54			Telmex
13	Puebla	San Pedro Cholula		6,026.24	6,228.09	201.85	19.62	24.77	74.98	0.30			Telmex
14	Querétaro	Corregidora		4,432.68	5,039.44	606.75	59.17	64.30	29.42	6.28			Megacable
15	Querétaro	El Marqués		6,911.78	6,958.38	46.60	81.28	81.57	17.43	1.00			Megacable
16	Querétaro	Querétaro		3,337.91	3,419.84	81.94	29.44	30.84	44.54	2.77	21.86		Telmex

Nota:

Para determinar el número de suscriptores del STF que adquirió Megacable después de la Operación en cada
mercado relevante, se utilizó información de facturación aportada por Axtel. Asimismo, se utilizó información de
facturación aportada por Megacable para determinar la proporción de suscriptores entre los mercados relevantes
para los que Megacable presentó información agrupada, a saber: El Marqués que fue agrupado con Querétaro y
San Pedro Cholula que fue agrupado con San Andrés Cholula.

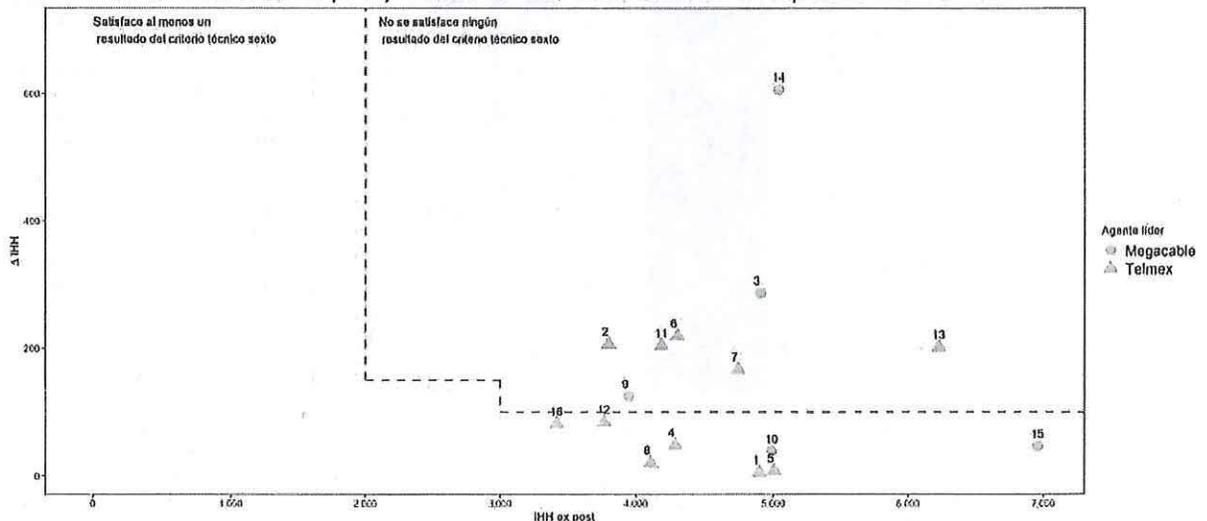
Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a
1834 del Expediente, Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019, Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de
fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019", así como el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del
Expediente AI/DC-002-2019".

(531) En la tabla anterior se aprecia que, en términos de suscriptores del STF, después de
la Operación, Megacable es el líder en 5 (cinco) de los 16 (dieciséis) mercados
relevantes de la Operación, con participaciones que oscilan entre 44.09% y 81.28%
ex ante y entre 45.50% y 81.57% ex post. En estos cinco mercados relevantes el IHH
estuvo entre 3,822.57 (tres mil ochocientos veintidós punto cincuenta y siete) puntos

y 6,911.78 (seis mil novecientos once punto setenta y ocho) puntos, *ex ante* y entre 3,947.28 (tres mil novecientos cuarenta y siete punto veintiocho) puntos y 6,958.38 (seis mil novecientos cincuenta y ocho punto treinta y ocho) puntos, *ex post*.

- (532) En los restantes 11 (once) mercados relevantes de la Operación, el líder es Telmex con participaciones que oscilan entre 44.54% y 74.93%. En estos once mercados relevantes el IHH estuvo entre 3,337.91 (tres mil trescientos treinta y siete punto noventa y uno) puntos y 6,026.24 (seis mil veintiséis punto veinticuatro) puntos, *ex ante*, y 3,419.84 (tres mil cuatrocientos diecinueve punto ochenta y cuatro) puntos y 6,228.09 (seis mil doscientos veintiocho punto cero nueve) puntos, *ex post*.
- (533) Por su parte, de acuerdo con las cifras de la Tabla 28, el Gráfico 15 permite identificar los mercados relevantes de la Operación que no satisfacen las condiciones establecidas en el artículo 6 del Criterio técnico, en términos de suscriptores. En particular, aquellos mercados relevantes que se ubican por encima y a la derecha de la línea punteada en el Gráfico 15 no satisfacen ninguna de las condiciones del artículo 6 del criterio de referencia.

Gráfico 15. STF. IHH *ex post* y cambio en IHH, en términos de suscriptores. Marzo 2019.



Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos, Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019", así como el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

- (534) En relación con el Criterio técnico, el Gráfico 15 permite apreciar que:
- l) en ninguno de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación se cumple con la condición uno ($IHH \leq 2,000$ puntos);

- ii) en ninguno de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación se cumple con la condición dos ($2,000 < IHH \leq 3,000$ y $\Delta HH \leq 150$ puntos), y
- iii) en 8 (ocho) mercados relevantes de la Operación se satisface la condición tres ($IHH > 3,000$ y $\Delta HH \leq 100$).

(535) Por tanto, de la aplicación del artículo 6 del Criterio técnico, se concluye que en 8 (ocho) mercados relevantes (a saber, Metepec y San Mateo Atenco en el Estado de México; León en Guanajuato; Guadalajara y Tonalá en Jalisco; Puebla y San Pedro Cholula en Puebla; y Corregidora en Querétaro) no se pueden descartar riesgos a la competencia como resultado de la Operación. En tanto, en los otros 8 (ocho) mercados relevantes se obtiene que es poco probable que la Operación tenga por objeto o efecto obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre concurrencia.

(536) No obstante lo anterior, al considerar el artículo 7, fracción b, del Criterio técnico, se observa que de los 8 (ocho) mercados relevantes que satisfacen alguna de las condiciones del artículo 6, en 3 (tres) la participación de Megacable supera el 35% (en promedio tiene una participación del 61.17%), por lo que en dichos mercados relevantes no se cumple con lo establecido en el artículo 7, fracción b, del Criterio técnico y el Instituto podrá considerar que existen potenciales riesgos de que la Operación tenga por objeto o efecto obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la competencia y libre concurrencia.

(537) En consecuencia, al aplicar el Criterio técnico a los 16 (dieciséis) mercados relevantes que involucra la Operación, se obtuvo que en 11 (once) de ellos (señalados en rojo en la Tabla 28) no se cumple con las condiciones estipuladas en el artículo 6 o la condición del artículo 7, fracción b, del criterio de referencia.³⁴²

IV.2.1.3. Capacidad de fijar precios o restringir el abasto en los mercados relevantes

(538) De conformidad con los artículos 204 y 205 de la LFTyR, los concesionarios de servicios de telecomunicaciones para uso comercial pueden fijar libremente las tarifas a los usuarios de los servicios que presten; sin embargo, previo a la entrada en vigor de dichas tarifas, los concesionarios deben presentar la solicitud electrónica de registro de sus tarifas ante el IFT.³⁴³

³⁴² Los 11 (once) mercados relevantes en los que no se satisface el criterio de referencia son: Metepec, San Mateo Atenco y Zinacantepec en el Estado de México; León en Guanajuato, Guadalajara y Tonalá en Jalisco, Cuautlaningo, San Pedro Cholula y Puebla en Puebla; y Corregidora y El Marqués en Querétaro. Cabe señalar que en 6 (seis) de estos mercados relevantes, el operador que ocupa la primera posición, en términos de suscriptores, es Telmex (a saber: Metepec y Zinacantepec en el Estado de México; León en Guanajuato, Guadalajara en Jalisco, así como San Pedro Cholula y Puebla en Puebla).

³⁴³ Dicha solicitud deberá contener la descripción del servicio que se presta, reglas de aplicación y, en su caso, penalidades conforme a los formatos que establezca el Instituto.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- (539) Según el artículo 208 del mismo ordenamiento, la libertad tarifaria antes descrita *"no aplicará a los concesionarios de telecomunicaciones que sean declarados como agentes económicos preponderantes en el sector de las telecomunicaciones o con poder sustancial, en cuyo caso, deberán cumplir con la regulación específica que en materia de tarifas le imponga el Instituto. Estas tarifas deberán ser aprobadas por el Instituto, el cual deberá llevar un registro de las mismas, a efecto de darles publicidad."*
- (540) Adicionalmente, el agente económico declarado como preponderante en el sector de telecomunicaciones, no puede otorgar trato preferencial a los servicios que ofrece, consistentes con los principios de competencia, por sí o a través de sus empresas subsidiarias, filiales, afiliadas o que pertenezcan al mismo grupo de interés económico.³⁴⁴
- (541) Al respecto, de conformidad con el Anexo 2 de la Resolución de preponderancia en el sector de telecomunicaciones, analizada mediante la Revisión bienal, el AEP en el sector de telecomunicaciones tiene, entre otras, las siguientes obligaciones en materia de tarifas para servicios fijos:³⁴⁵
- i. Las tarifas aplicables por el AEP en el sector de telecomunicaciones para la prestación de servicios al usuario final están sujetas a un control de precios autorizado por el Instituto,³⁴⁶ en el cual se aplica un límite máximo a la tarifa promedio ponderada de la canasta de servicios de telecomunicaciones, la cual incluye: el *"Servicio local fijo"*, el *"Servicio de acceso a Internet de banda ancha fija desagregado por velocidades ofertadas"* y los *"Servicios de larga distancia"*.³⁴⁷ Para lo anterior, los ingresos que resulten de la aplicación de los precios del periodo actual a los volúmenes del periodo anterior, no deberán exceder a los ingresos tope.³⁴⁸

³⁴⁴ Artículos 206 y 208 de la LFTyR.

³⁴⁵ Medida cuadragésima del Anexo 2 de la Resolución de preponderancia en el sector de telecomunicaciones.

³⁴⁶ Esto, en adición del control tarifario derivado del título de concesión de Telmex. A mayor abundamiento, Telmex debe aplicar una política tarifaria en la canasta de servicios básicos controlados, basada en el sistema de precios tope definido en la condición 6-3 del *"título de concesión para construir, instalar, mantener, operar y explotar una red pública telefónica"*, otorgado el diez de marzo de mil novecientos setenta y seis, modificado por la SCT el diez de agosto de mil novecientos noventa y prorrogado por el Instituto el uno de diciembre de dos mil dieciséis, mediante resolución aprobada por el Pleno en su XXI sesión extraordinaria, celebrada en el mismo día y adoptada mediante acuerdo P/IFT/EXT/011216/50.

³⁴⁷ Dichos servicios estaban incluidos en la canasta de servicios públicos de telefonía básica para los periodos dos mil quince a dos mil dieciséis, y dos mil diecisiete a dos mil dieciocho. Lo anterior, de conformidad con la *"Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones establece los parámetros del Sistema de Precios Tope de conformidad con la Medida Cuadragésima aplicable al Agente Económico Preponderante para el periodo 2015-2016"* y la *"Resolución por la que el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones establece los parámetros del Sistema de Precios Tope de conformidad con la Medida Cuadragésima del Anexo 2 de la Resolución de Preponderancia aplicable al Agente Económico Preponderante en el sector de telecomunicaciones para el periodo 2017-2018"*, aprobadas por el Pleno del Instituto mediante acuerdos de número P/IFT/140716/406 y P/IFT/260417/191, respectivamente.

³⁴⁸ Los ingresos tope deben satisfacer la siguiente fórmula:

- ii. El AEP en el sector de telecomunicaciones debe presentar al Instituto, a más tardar el uno de julio del año que corresponda, una propuesta de canasta de servicios de telecomunicaciones que incluya los servicios antes señalados, la ponderación de los mismos y la justificación de la propuesta.³⁴⁹ Dicha propuesta debe ser evaluada por el Instituto, quien podrá, en su caso, modificarla.
- iii. El AEP en el sector de telecomunicaciones debe presentar, para aprobación del Instituto, las tarifas propuestas que se ajusten al control tarifario. Para lo anterior, el veintiséis de diciembre de dos mil dieciocho se publicó en el DOF el "ACUERDO mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones emite los Lineamientos mediante los cuales se establece el procedimiento para la presentación de la solicitud electrónica de autorización de tarifas de los servicios de telecomunicaciones para usuarios finales, al cual deberán sujetarse el agente económico preponderante y los agentes económicos con poder sustancial de mercado en el sector de telecomunicaciones", con el objeto de establecer el procedimiento, plazos, requisitos de presentación y formatos a través de los cuales el AEP en el sector de telecomunicaciones deberá solicitar de manera electrónica al Instituto, previamente a su comercialización, la autorización y registro de sus propuestas tarifarias para usuarios finales.

(542) En virtud de lo anterior, es posible concluir que las tarifas de la canasta de servicios de telecomunicaciones que el Instituto autoriza a Telmex (como empresa integrante del AEP en el sector de telecomunicaciones), quien tiene presencia en todos los mercados relevantes de la Operación, sirven como referencia para los demás operadores que ofrecen el STF en dichos mercados relevantes, por lo que los precios establecidos por cada uno de estos oferentes podrían estar acotados por las tarifas autorizadas de dicha canasta.

IV.2.1.3.1. Evolución del INPC del STF

(543) Con el fin de analizar la evolución de los precios del STF en los mercados relevantes de la Operación, se utiliza como aproximación el comportamiento del INPC del STF,³⁵⁰ calculado por el INEGI, para las 5 (cinco) ciudades en las que se localizan los

$$\sum_{i=1}^n P_{it} Q_{it-1} \leq (1-X)(1+\pi) \sum_{i=1}^n P_{it-1} Q_{it-1}$$

Donde: P_i : Precio del servicio i durante el periodo actual; P_{i-1} : Precio del servicio i durante el periodo anterior; Q_{i-1} : Cantidad del servicio i durante el periodo anterior; π : Tasa de inflación del periodo y X : Factor de productividad.

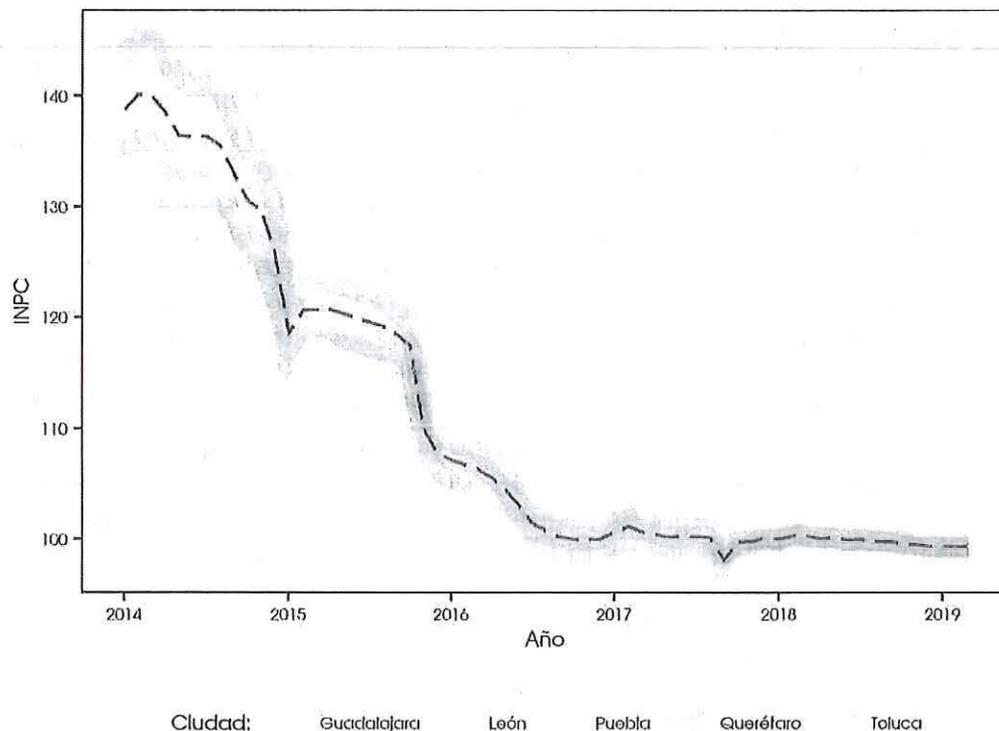
³⁴⁹ Dicha canasta deberá revisarse cada dos años.

³⁵⁰ El INPC para el servicio de telefonía que reporta el INEGI, incluye el servicio fijo y móvil. Se utilizaron estos datos por ser la cual es la mejor información disponible. Fojas 1466 a 1470 y 1500 a 1510 del Expediente.

16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación,³⁵¹ durante el periodo comprendido de enero de dos mil catorce a marzo de dos mil diecinueve. El análisis se realiza a nivel ciudad, toda vez que el INPC del STF no está disponible a nivel municipal.

(544) El Gráfico 16 muestra la evolución del INPC en dichas ciudades durante el periodo en cuestión, así como el promedio de estas.

Gráfico 16. INPC del STF por ciudad. Enero 2014 a marzo 2019.



Notas:

^{1a} El INPC del STF por ciudad toma como base el mes de julio del año dos mil dieciocho.

^{1b} La línea discontinua representa el promedio del INPC del STF para las 5 (cinco) ciudades en las que se localizan los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación.

Fuente: Elaboración propia con base en información del INPC. Fojas 1466 a 1470 y 1500 a 1510 del Expediente.

³⁵¹ A continuación, se citan las 5 (cinco) ciudades consideradas y entre paréntesis se mencionan los mercados relevantes de la Operación que incluye cada una: Toluca (Metepéc, San Mateo Atenco, Lerma, Toluca y Zinacantepec), León (León), Guadalajara (Guadalajara, San Pedro Tlaquepaque y Tonalá), Puebla (Cuautlancingo, Puebla, San Andrés Cholula y San Pedro Cholula) y Querétaro (Corregidora, El Marqués y Querétaro).

- (545) En el periodo analizado, el promedio del INPC del STF para las 5 (cinco) ciudades (representado por la línea discontinua en el Gráfico 16) registró un decrecimiento del 28.29%. Como se observa en el Gráfico 16, en enero de dos mil catorce, el valor más bajo del INPC del STF entre las cinco ciudades fue León, Guanajuato, con 130.88 (ciento treinta punto ochenta y ocho) y el más alto fue Querétaro, Querétaro con 143.86 (ciento cuarenta y tres punto ochenta y seis). El promedio del INPC del STF para las 5 (cinco) ciudades en enero de dos mil catorce fue cercano a 138.76 (ciento treinta y ocho punto setenta y seis). En cambio, en marzo de dos mil diecinueve, el valor del INPC del STF más bajo fue de 99.17 (noventa y nueve punto diecisiete) en Querétaro, Querétaro, mientras que el más alto fue 99.52 (noventa y nueve punto cincuenta y dos) en Toluca, Estado de México. El promedio del INPC del STF para las 5 (cinco) ciudades en marzo de dos mil diecinueve fue de 99.36 (noventa y nueve punto treinta y seis) puntos.
- (546) Por consiguiente, se concluye que el nivel de precios del STF, en las 5 (cinco) ciudades en las que se ubican los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, decreció en el periodo de dos mil catorce a dos mil diecisiete para posteriormente mantenerse relativamente estable durante los últimos dos años.
- (547) La estabilidad mostrada por el INPC del STF en los últimos años en dichas ciudades, se refleja en el precio del paquete más vendido de Telmex que es el [REDACTED] (REDACTED), el cual incluye el [REDACTED].³⁵² Este paquete no ha variado de precio de dos mil dieciséis a la fecha de conclusión de la presente investigación. Dicho paquete es consumido por el [REDACTED] de los suscriptores que contratan STF en los mercados relevantes de la Operación.³⁵³

IV.2.2. Barreras a la entrada

- (548) La fracción II del artículo 59 de la LFCE establece que, para determinar si uno o varios agentes económicos tienen poder sustancial en los mercados relevantes deberá considerarse, entre otros elementos, los siguientes:

II. La existencia de barreras a la entrada y los elementos que previsiblemente puedan alterar tanto dichas barreras como la oferta de otros competidores;

- (549) El análisis de barreras a la entrada que se presenta en esta sección resulta aplicable para todos los mercados relevantes del STF de la Operación. Esto es así debido a

³⁵² A partir del once de noviembre del dos mil diecinueve este paquete [REDACTED]. Folio de la Tarifa del RPC: [REDACTED].

³⁵³ El paquete con STF más vendido por Megacable es el [REDACTED] que representa el [REDACTED] del total de los paquetes consumidos que tienen STF en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, [REDACTED]. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

que las posibles restricciones financieras, de inversión y de costos de insumos, así como las restricciones normativas o las prácticas comerciales de los agentes económicos que puede enfrentar un potencial entrante son similares entre los mercados relevantes analizados.

- (550) Adicionalmente, el artículo 7 de las Disposiciones Regulatorias, en relación con el artículo 59, fracción II, de la LFCE, señala los elementos que pueden considerarse como barreras a la entrada, los cuales se analizan a continuación.

IV.2.2.1. Los costos financieros, los costos de desarrollar canales alternativos y el acceso limitado al financiamiento, a la tecnología o a canales de distribución eficientes

- (551) Una empresa que pretenda ingresar a los mercados relevantes de la Operación requiere desarrollar canales de distribución para proveer el servicio, ya sea i) desplegando su propia RPT o, ii) acudiendo a la oferta de servicios mayoristas.
- (552) En el primer caso, la infraestructura y equipos requeridos dependerán del tipo de tecnología de transmisión que decida utilizar el proveedor del STF (par de cobre, cable coaxial y/o fibra óptica) y del tamaño de mercado que pretenda atender. Para contar con los elementos mencionados, los entrantes deben incurrir en costos de instalación y despliegue de infraestructura y equipos que son en su mayoría fijos y hundidos. Dichos costos implican montos de inversión considerables, tal como se señala en los párrafos 560 a 566 de la sección "IV.2.2.2. El monto, la indivisibilidad y el plazo de recuperación de la inversión requerida, así como la ausencia o escasa viabilidad de usos alternativos de infraestructura y equipo", los cuales pueden configurar un obstáculo a la entrada.
- (553) Ahora bien, en el caso de desarrollar los canales de distribución utilizando los servicios mayoristas, los oferentes del STF en los mercados relevantes de la Operación disponen de varias alternativas: i) acudir a diversos proveedores mayoristas para arrendar enlaces dedicados: Telmex, Axtel, GTV, Megacable y Total Play;³⁵⁴ ii) acceder a la infraestructura pasiva del AEP en el sector de telecomunicaciones mediante la ORCI,³⁵⁵ o a la infraestructura eléctrica de distribución de la CFE, en particular, a sus postes, ductos, registros y derechos de vía,³⁵⁶ y iii) solicitar los servicios de desagregación provistos por el AEP en el sector

³⁵⁴ Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 5453 a 5456 del Expediente AI/DC-002-2019.

³⁵⁵ La Oferta de Referencia de Compartición de Infraestructura 2019 (ORCI 2019) incluye el acceso a los siguientes elementos: postes, pozos, torres, zanjas, ductos, canalizaciones, derechos de vía, sitios, predios, espacios físicos, fuentes de energía, seguridad y sistemas de aire acondicionado, así como servicios auxiliares, instalaciones de equipo y de alimentaciones conexas. Fuente: ORCI 2019, pp. 9 y 10, disponible para su consulta y descarga en el RPC.

³⁵⁶ Al respecto, el veintinueve de octubre de dos mil dieciocho, la CRE publicó en el DOF las "Disposiciones Administrativas de Carácter General para permitir a los Prestadores de Servicios de la Industria de Telecomunicaciones el acceso a las instalaciones y derechos de vía del Sistema Eléctrico Nacional", las cuales

de telecomunicaciones; reventa (líneas telefónicas y paquetes);³⁵⁷ acceso indirecto al bucle; diversas modalidades de desagregación del bucle y sub-bucle; colubricación, entre otros. No obstante, como se detalla en la sección "IV.2.4. Acceso a insumos", algunas de estas alternativas son muy poco utilizadas por los agentes económicos en los mercados relevantes de la Operación.

- (554) Asimismo, para entrar a competir de manera efectiva en los mercados relevantes de la Operación, es necesario lograr una base de suscriptores que le permita a la empresa operar de manera rentable.³⁵⁸ En ese sentido, la empresa entrante deberá incurrir en mayores costos para desarrollar su canal de distribución en la medida en que la cobertura que desee atender sea mayor y más dispersa.
- (555) Por tanto, los costos a los que se podría enfrentar una empresa entrante en los mercados relevantes de la Operación podrían ser muy elevados. Cuando una empresa enfrenta altos costos, suele recurrir a diversas formas de financiamiento, por ejemplo: i) reinversión de utilidades, ii) préstamos en el sistema financiero, iii) emisión de deuda, iv) alguna combinación de las opciones anteriores, entre otras.³⁵⁹ Ahora bien, es necesario señalar que no todas las empresas contarán con las mismas posibilidades de financiamiento ni con las mismas condiciones de adquisición de deuda.
- (556) En este contexto, una empresa consolidada y con extensa trayectoria en el mercado podría tener facilidades para obtener acceso al financiamiento necesario para realizar proyectos de infraestructura. Esto porque enfrenta menos

señalan que se debe permitir el acceso al mayor número posible de prestadores de servicios de telecomunicaciones. Para ello, se definió un límite por peso, en lugar de por número de cables permitidos en un poste (máximo 250 kg/km por concesionario, con capacidad máxima de 1,000 kg/km). Fuente: Información proporcionada por CFE y las disposiciones referidas. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 6190 del Expediente AI/DC-002-2019.

³⁵⁷ Los servicios de reventa referidos son los siguientes: SAIB, SRP y SRLT. Fuente: OREDA 2019, pp. 18 y 19, disponible para su consulta y descarga en el RPC.

³⁵⁸ Por ejemplo, Telmex, GTV, Megacable y Total Play, al momento de decidir desplegar infraestructura, en primer lugar,

[REDACTED]
[REDACTED]. En particular, Total Play manifestó que [REDACTED]
[REDACTED] (Énfasis añadido). Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 6163 a 6166 y 6190 del Expediente AI/DC-002-2019.

³⁵⁹ Al respecto, de acuerdo con la Encuesta Trimestral de Evaluación Coyuntural del Mercado Crediticio, realizada por el Banco de México, para el primer trimestre de dos mil dieciocho (enero a marzo), las fuentes de financiamiento que señalaron las empresas encuestadas son: i) financiamiento con proveedores (76.7%); ii) crédito de la banca comercial (31.2%); iii) financiamiento de otras empresas del grupo corporativo y/o matriz (15.5%); iv) la banca de desarrollo (5.8%); v) banca domiciliada en el extranjero (5.8%), y vi) emisión de deuda (2.6%). Incluso, en comparación con el primer trimestre de dos mil diecisiete, la proporción de empresas que utilizó financiamiento de proveedores aumentó (de 73.5% a 76.7%) en el primer trimestre de dos mil dieciocho, mientras que el crédito de la banca comercial disminuyó (de 35.5% a 31.2%). Fuente: Comunicado de prensa: Evolución del Financiamiento a las Empresas durante el Trimestre Enero - Marzo de 2018, Banco de México, México, Ciudad de México, del veintitrés de mayo de dos mil dieciocho. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4824 del Expediente AI/DC/002-2019.

incertidumbre, dado que cuenta con el conocimiento del mercado, una base de suscriptores suficiente que puede asegurar utilidades para los inversionistas y un conjunto de activos que puede fungir como colateral para la deuda que pretende adquirir. Estas características se acentúan si la empresa en cuestión forma parte de un grupo de interés económico solvente.³⁶⁰

- (557) En cambio, una empresa no consolidada que quisiera entrar al mercado podría tener dificultades para tener acceso al financiamiento debido que, en general, enfrentará escenarios más riesgosos e inciertos en comparación a los que enfrenta una empresa posicionada en el mercado.³⁶¹ Por ejemplo, podría adquirir deuda o créditos a precios (tasas de interés) más elevados que una empresa consolidada. Lo anterior, toda vez que podría considerarse como una inversión con mayor riesgo de impago, dado que la empresa podría enfrentar presiones competitivas fuertes por parte de los proveedores establecidos del STF, o bien, podría no alcanzar la masa crítica de suscriptores que le permita cubrir sus obligaciones financieras, no contar con suficientes activos que actúen como colateral, entre otros.³⁶²
- (558) Aunado a lo anterior, en un entorno donde prevalecen altos niveles de concentración y existen pocos participantes (véase sección "IV.2.1. Participaciones de mercado y capacidad de fijar precios o restringir el abasto") como el que caracteriza a los mercados relevantes de la Operación, la probabilidad de éxito de una nueva empresa es aún menor.
- (559) En su conjunto, los factores anteriores podrían encarecer y/o limitar la obtención de los montos de financiamiento necesarios para el ingreso de nuevas empresas que, eventualmente, adquieran la capacidad de ejercer presión competitiva en los mercados relevantes de la Operación. En este sentido, los costos financieros pueden constituir una barrera a la entrada.

³⁶⁰ Como referencia, considérense los análisis bursátiles de BANORTE sobre Megacable y GTV, publicados el veintidós de julio de dos mil diecinueve y el veintidós de enero de dos mil diecinueve, respectivamente. En el análisis bursátil para Megacable, BANORTE sugirió comprar sus acciones, en virtud de su rentabilidad, sólida estructura financiera y capacidad para la generación de flujo de efectivo. Adicionalmente, BANORTE recomendó mantener las acciones de GTV a pesar de identificar factores de riesgo como un entorno local incierto, expectativas de menor gasto en publicidad del gobierno, entre otros. Aunado a lo anterior, en el Reporte Anual de Megacable 2018, se manifiesta la solidez financiera de la empresa, así como el bajo nivel de deuda adquirida en el dos mil dieciocho, estas características influyen directamente en la percepción que tiene el mercado financiero sobre la empresa y, consecuentemente, en el otorgamiento de créditos y compra de acciones. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 5176 del Expediente AI/DC-002-2019.

³⁶¹ En el año dos mil dieciséis, solo 8.0% de las empresas micro, pequeñas y medianas contaba con financiamiento, contrastando con 56% de empresas grandes con financiamiento. Una vez que dichas empresas acceden al financiamiento, de acuerdo con datos de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, las tasas de interés otorgadas varían, siendo de 6.6% para empresas grandes, mientras que para empresas micro y pequeñas es superior a 10.0%. Fuente: Reportes Anuales de Inclusión Financiera 2017 y 2018 del Consejo Nacional de Inclusión Financiera. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 5176 del Expediente AI/DC/002/2019.

³⁶² Cuanto mayor sea el riesgo de impago, mayor deberá ser la tasa de interés cobrada. Principios de administración financiera, Lawrence J. Gitman, Chad J. Zutter, Pearson, México, 2012, p. 217.

IV.2.2.2. El monto, la indivisibilidad y el plazo de recuperación de la inversión requerida, así como la ausencia o escasa viabilidad de usos alternativos de infraestructura y equipo

- (560) El nivel de inversión que debe enfrentar una nueva empresa para ingresar a los mercados relevantes del STF es variable y depende, principalmente, del tamaño del mercado que se desea atender, de la tecnología de transmisión que decida utilizar para proveer el servicio, así como de la decisión de desplegar su propia infraestructura y equipos para instalar una RPT o solicitar el acceso y uso de servicios mayoristas a otros operadores.
- (561) La información proporcionada por los proveedores del STF que participan en los mercados relevantes de la Operación indica que se requieren invertir sumas de dinero considerables en el despliegue y desarrollo continuo de una RPT. Por ejemplo, del dos mil quince al dos mil dieciocho, a nivel nacional, Telmex invirtió [REDACTED] en despliegue de redes, [REDACTED] en la modernización de las mismas, [REDACTED] en mantenimiento de las redes.^{363, 364}
- (562) Adicionalmente, al comparar la inversión acumulada en despliegue, modernización y mantenimiento de RPT de algunos de los principales operadores de redes cableadas (Megacable, Telmex, GTV y Total Play), a nivel nacional, en el periodo de dos mil quince a dos mil dieciocho, se observa que la inversión de Megacable representó [REDACTED], [REDACTED] y [REDACTED] de las inversiones realizadas por Telmex, GTV y Total Play, respectivamente.^{365, 366}
- (563) De los datos anteriores destaca el caso de Telmex, que a pesar de tener una RPT consolidada en los mercados relevantes continúa realizando fuertes inversiones tanto en mantenimiento como en la modernización de su red. Lo anterior sugiere que los costos fijos y hundidos se mantienen incluso después de que la empresa cuenta con una amplia RPT establecida. Dichos montos de inversión o costos,

³⁶³ Se utilizan datos a nivel nacional de acuerdo con información consolidada presentada por AMX toda vez que es la mejor información disponible en términos del artículo 120 de la LFCE. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas señaladas en el "Anexo VIII. Índice de fojas de inversión en infraestructura del Expediente AI/DC-002-2019".

³⁶⁴ Véase también Gráfico 12.

³⁶⁵ Del dos mil quince al dos mil dieciocho, a nivel nacional, la inversión acumulada de Megacable por los conceptos de despliegue, modernización y mantenimiento de infraestructura de red ascendió a [REDACTED] Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas de acuerdo al "Anexo VIII. Índice de fojas de inversión en infraestructura del Expediente AI/DC-002-2019".

³⁶⁶ Se utilizan datos de inversión a nivel nacional por ser la mejor información disponible de conformidad con el artículo 120 de la LFCE. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas de acuerdo al "Anexo VIII. Índice de fojas de inversión en infraestructura del Expediente AI/DC-002-2019".

representan un incremento en el flujo de gastos fijos que las empresas deberán considerar al evaluar la viabilidad de los proyectos de despliegue de infraestructura.

- (564) Los datos antes señalados dan cuenta de los niveles de inversión que un nuevo agente económico debe enfrentar para ingresar a los mercados relevantes de la Operación.
- (565) El plazo de recuperación de las inversiones mencionadas dependerá del tiempo que tarde el entrante en alcanzar una masa crítica de suscriptores que le permita competir de manera efectiva en los mercados relevantes de la Operación. Lo anterior, se dificulta por el posicionamiento elevado que mantienen los competidores en la mayoría de dichos mercados (véanse secciones "IV.2.1. Participaciones de mercado y capacidad de fijar precios o restringir el abasto" y "IV.2.3. Existencia y poder de competidores").³⁶⁷
- (566) Con el fin de reducir los montos de inversión requeridos, las nuevas empresas podrían acceder a los diversos servicios mayoristas señalados en el párrafo 553 de la sección "IV.2.2.1. Los costos financieros, los costos de desarrollar canales alternativos y el acceso limitado al financiamiento, a la tecnología o a canales de distribución eficientes". Por ejemplo, un potencial competidor que decidiera entrar a los mercados relevantes de la Operación ofreciendo el STF mediante los servicios de reventa de líneas telefónicas y de paquetes que provee el AEP en el sector de telecomunicaciones solo tendría que invertir en el sistema de facturación para cobrar por la provisión del STF.³⁶⁸ Sin embargo, al utilizar los servicios de reventa, en el corto plazo, la nueva empresa estará sujeta a las condiciones físicas y técnicas que ofrece el AEP en el sector de telecomunicaciones a sus usuarios finales. Además, como se indica en los párrafos 604 y 605 de la sección "IV.2.4. Acceso a insumos", los servicios de reventa de líneas telefónicas o de paquetes aún son muy poco utilizados por los proveedores del STF.
- (567) En conclusión, para entrar de manera efectiva a los mercados relevantes de la Operación, una empresa debe erogar inversiones considerables que le permitan desarrollar una RPT confiable y de alta capacidad para satisfacer la demanda de

³⁶⁷ Por ejemplo, Twister, quien ha sido el proveedor del STF con la participación de mercado más baja en Toluca, Estado de México, del dos mil quince al dos mil diecinueve, señaló que [REDACTED]. Al respecto, Twister manifestó que uno de los principales obstáculos económicos que ha enfrentado para desplegar redes cableadas que le permitan proveer el STF ha sido [REDACTED].

[REDACTED] Foja 1012 del Expediente.

³⁶⁸ De acuerdo con la OREDA 2019, los servicios de reventa comprenden la instalación del servicio, la habilitación de los servicios en la red y sistemas de gestión de Telmex y la provisión del servicio de voz y/o Internet. Por su parte, "(l) a facturación a los usuarios finales de los servicios será responsabilidad del CS (concesionario solicitante) (...)". Además, para que el concesionario solicitante pueda realizar la facturación de sus clientes, el AEP en el sector de telecomunicaciones pone a disposición del solicitante la información de consumo necesaria para dicha facturación. Fuente: OREDA 2019, pp. 69 a 73, disponible para su consulta y descarga en el RPC.

los clientes por servicios con mayor velocidad y calidad de transmisión. En ese sentido, la inversión requerida para ingresar a los mercados relevantes de la Operación y el plazo de recuperación de la misma, pueden configurar una barrera a la entrada.

IV.2.2.3. La necesidad de contar con concesiones, licencias, permisos o cualquier clase de autorización o título habilitante expedido por Autoridad Pública, así como con derechos de uso o explotación protegidos por la legislación en materia de propiedad intelectual e industrial

- (568) Para ingresar a los mercados relevantes del STF en donde tiene efectos la Operación, una empresa requiere obtener una concesión por parte del Instituto. El artículo 66 de la LFTyR establece que se requiere de una concesión única para prestar todo tipo de servicios públicos de telecomunicaciones, incluido el STF; asimismo, el artículo 67 de dicha ley señala que, de acuerdo con sus fines, la concesión única puede ser, entre otras, de uso comercial. Para obtener esta concesión es necesario cumplir con los requisitos establecidos por la LFTyR.³⁶⁹
- (569) Independientemente de si un entrante decide desplegar una RPT o solicitar acceso a los servicios mayoristas del AEP en el sector de telecomunicaciones, deberá obtener los permisos correspondientes de las autoridades estatales y municipales, principalmente, para la realización de obra civil, el uso de los derechos de vía y la instalación de diversos elementos de infraestructura (por ejemplo, postes, ductos, cableado subterráneo y aéreo, entre otros).³⁷⁰
- (570) Al respecto, la OCDE señaló que el estado actual de la normatividad municipal en México ha provocado reglas y procedimientos heterogéneos entre municipios y estados,³⁷¹ e incluso entre municipios de un mismo estado, lo cual genera un alto grado de incertidumbre jurídica y a su vez "(...) entorpece la capacidad de los operadores para tomar decisiones de inversión razonadas e informadas (...)".³⁷² Para las empresas que pretenden ofrecer el STF, esto podría configurar un cuello de botella, en especial, cuando se requiere desplegar una RPT, o realizar obras,

³⁶⁹ Artículo 73 de la LFTyR.

³⁷⁰ De conformidad con la OREDA 2019, "(e) encargado de realizar una obra civil, ya sea Telmex o el CS (concesionario solicitante), será responsable de la tramitación de los permisos de dicha obra civil ante la autoridad competente." Fuente: OREDA 2019, p. 43, disponible para su consulta y descarga en el RPC del IFT.

³⁷¹ Conforme a la fracción III del artículo 105 de la CPEUM, los municipios tienen a su cargo las calles y áreas públicas (vía pública), la administración del desarrollo urbano y la zonificación, el control y vigilancia del uso de suelo, otorgar permisos de construcciones, entre otras. En ese sentido, los municipios cuentan con autonomía para regular aspectos específicos en el ámbito de las competencias antes referidas, incluidas las actividades relacionadas con el despliegue de infraestructura de telecomunicaciones.

³⁷² OCDE (2017), Estudio de la OCDE sobre telecomunicaciones y radiodifusión en México 2017. Edición OCDE, París. Págs. 176-178. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264280656-es>. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 4824 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

ampliaciones o adecuaciones para acceder a los servicios mayoristas, con base en los cuales se pretende proveer el STF.

- (571) En conclusión, para prestar el STF, independientemente del medio de transmisión que se utilice, se debe contar con un título de concesión única de uso comercial, para lo cual se debe cumplir con los requisitos establecidos por la LFTyR y el Instituto. Asimismo, para proveer el STF, se deben tramitar diversos permisos a nivel estatal y municipal, con el fin de desplegar, mantener y/o realizar adecuaciones en su red.

IV.2.2.4. La Inversión en publicidad requerida para que una marca o nombre comercial adquiera una presencia de mercado que le permita competir con marcas o nombres establecidos

- (572) De la información aportada por los agentes económicos, se advierte que el gasto en publicidad, como proporción de los ingresos que recibe cada agente económico por la provisión del STF, no es significativo. En el período de dos mil quince a dos mil dieciocho, a nivel nacional,³⁷³ el gasto anual en publicidad de los operadores que proveen el STF representó, en general, entre 0.002% y 8.959% de los Ingresos percibidos por cada agente económico por la provisión del STF en dicho período. Solo en el caso [REDACTED], la proporción del gasto en publicidad fue mayor.^{374,375}
- (573) Así pues, de la información que obra en el Expediente, no es posible concluir que la inversión en publicidad constituya una barrera a la entrada insalvable en los mercados relevantes del STF.

IV.2.2.5. Las limitaciones a la competencia en los mercados internacionales

- (574) La LFTyR, en los artículos 66 y 67, establece que las concesiones para prestar todo tipo de servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión son únicas y pueden ser de uso comercial, público, privado y social. Dicha ley también establece que las concesiones únicas se otorgarán exclusivamente a personas físicas y morales con nacionalidad mexicana (artículo 71 de la LFTyR).

³⁷³ Se presentan datos a nivel nacional por ser la mejor información disponible, de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1128, 1201, 1981, 2018, 3013, 3649 y 4013 del Expediente DC-002-2019.

³⁷⁴ El gasto en publicidad [REDACTED] con relación a sus ingresos del STF, en el período de dos mil quince a dos mil dieciocho, a nivel nacional, osciló entre 29.77% y 49.51%.

³⁷⁵ Información de gasto en publicidad e ingresos por la provisión del STF a nivel nacional de Telmex, GTV, Axtel, Megacable y Total Play. Se utilizaron datos de ingresos agregados a nivel nacional, así como datos de gasto en publicidad a nivel nacional por ser la mejor información disponible de conformidad con el artículo 120 de la LFCE. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1128, 1201, 1981, 3013, 3649 y 4013 del Expediente AI/DC-002-2019 y fojas señaladas en el "Anexo VI. Índice de fojas de ingresos del Expediente AI/DC-002-2019".



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

- (575) El STF no es susceptible de ser importado, toda vez que la contratación y la prestación del servicio están limitadas al territorio donde los suscriptores habitan y los concesionarios están autorizados a proveer el servicio. Las concesiones para otorgar el servicio deben ser solicitadas ante este Instituto debido a la naturaleza jurídica de las RPT.
- (576) En resumen, existen limitaciones a la competencia en los mercados Internacionales, pero estas son inherentes a las limitaciones técnicas y comerciales propias del servicio y a su naturaleza jurídica, por lo que no son relevantes para este análisis.

IV.2.2.6. Las restricciones constituidas por prácticas comunes de los Agentes Económicos establecidos en el mercado relevante

- (577) De la información que obra en el Expediente no se identificaron elementos que supongan la existencia de restricciones constituidas por prácticas de los agentes económicos que participan en los mercados relevantes de la Operación.

IV.2.2.7. Los actos de Autoridad Pública o disposiciones Jurídicas que discriminen en el otorgamiento de estímulos, subsidios o apoyos a ciertos productores, comercializadores, distribuidores o prestadores de servicios

- (578) Al respecto, no se tienen elementos en el Expediente que permitan suponer la existencia de actos de autoridades federales, estatales o municipales que discriminen en el otorgamiento de estímulos, subsidios o apoyos a ciertos productores, comercializadores, distribuidores o prestadores del STF.

IV.2.2.8. Estadísticas de Ingreso a los mercados relevantes

- (579) En el periodo de diciembre de dos mil quince a marzo de dos mil diecinueve la entrada de proveedores del STF a los mercados relevantes de la Operación fue muy reducida.³⁷⁶
- (580) En dos mil quince, Total Play entró a los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación; sin embargo, en ninguno de ellos ha obtenido participaciones de mercado significativas en términos de suscriptores; su participación de mercado más alta ascendió a 24.54% (en el primer trimestre de dos mil diecinueve ocupó el segundo puesto en San Andrés Cholula, Puebla) y, en promedio, sus participaciones fueron de 6.85% durante el periodo analizado.³⁷⁷ Por su parte, en

³⁷⁶ Solo para este periodo se cuenta con información desagregada de todos los agentes económicos que participan en los mercados relevantes de la Operación.

³⁷⁷ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019".

- dos mil dieciocho, Twister entró al mercado relevante de Toluca, Estado de México; sin embargo, su participación no ha superado el 1.00%.³⁷⁸
- (581) En el caso de GTV, se observa que, en el periodo estudiado, participó, a través de su plataforma de cable, únicamente en 1 (uno) de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, a saber: Querétaro, Querétaro.³⁷⁹
- (582) En conclusión, se determinó que los agentes económicos que deseen ingresar a los mercados relevantes a proveer el STF enfrentan barreras a la entrada derivadas de la necesidad de invertir montos elevados en el despliegue modernización y mantenimiento de infraestructura de red, así como por la dificultad de recuperar las inversiones realizadas en un periodo razonable. Aunado a ello, el acceso a financiamiento también puede representar una barrera a la entrada para aquellos agentes económicos que no cuenten con una base consolidada de suscriptores del STF o con una RPT confiable y de alta capacidad. Adicionalmente, los entrantes a los mercados relevantes deben tramitar diversos permisos a nivel estatal y/o municipal con el fin de realizar actividades relativas al despliegue de infraestructura pasiva de telecomunicaciones fijas.
- (583) Por lo tanto, dada la naturaleza y el tiempo que toma realizar proyectos de despliegue y modernización de infraestructura, así como el tiempo que requiere acumular una base de suscriptores que permita operar de manera rentable en un mercado, se considera que es poco probable que algún entrante pueda ingresar a ejercer presión competitiva en los mercados relevantes de la Operación en el corto plazo.

IV.2.3. Existencia y poder de competidores

- (584) De acuerdo con la fracción III del artículo 59 de la LFCE, para determinar si uno o varios agentes económicos tienen poder sustancial en los mercados relevantes deberá considerarse, entre otros elementos, los siguientes:

III. La existencia y poder de sus competidores;

- (585) La Tabla 29 muestra la cantidad de mercados relevantes de la Operación en los que tiene presencia cada agente económico, el rango de sus participaciones de mercado (máximo, mínimo y promedio de participaciones en términos de suscriptores), así como el número de mercados relevantes en los que, en su caso, el agente económico ocupa la primera y segunda posición.

³⁷⁸ Cabe señalar que este es el único mercado relevante en el que Twister ha participado como proveedor del STF durante el periodo analizado.

³⁷⁹ La participación máxima de GTV en dicho mercado relevante fue de 21.86% en marzo de dos mil diecinueve. En promedio, GTV ha obtenido una participación de 16.50% en términos de suscriptores en el periodo comprendido de diciembre de dos mil quince a marzo de dos mil diecinueve.

Tabla 29. Presencia y posicionamiento de los competidores en los mercados relevantes de la Operación, Marzo 2019.

Agente económico	Mercados relevantes	Participaciones (%)			1 ^{ra} posición	2 ^{da} posición
		Máximo	Mínimo	Promedio		
Telmex	16	74.93	17.43	49.72	11	5
Megacable	16	81.57	21.11	39.49	5	11
GTV	1	21.86	21.86	21.86	0	0
Total Play	16	24.54	0.29	9.42	0	0
Twister	1	0.05	0.05	0.05	0	0

Nota: Las cifras se calcularon con información posterior a la Operación.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019, Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019", así como el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

(586) De la tabla anterior, se desprende que Telmex, Megacable y Total Play tienen presencia en los 16 (dieciséis) mercados relevantes involucrados en la Operación. Telmex es líder en 11 (once) de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación y es, en promedio, el agente económico que tiene la mayor participación de mercado. Además, solamente tres agentes económicos: Telmex, Megacable y Total Play tienen presencia en el total de mercados relevantes involucrados en la Operación.

(587) Por su parte, Megacable es líder en 5 (cinco) mercados relevantes y ocupa la segunda posición en los mercados en los que Telmex es el principal operador. En 3 (tres) de estos 5 (cinco) mercados, Telmex tuvo participaciones cercanas a Megacable en dos mil diecinueve. Los únicos mercados relevantes donde las participaciones de Megacable estuvieron más de 14 (catorce) puntos porcentuales por encima de Telmex fueron Corregidora y El Marqués, ambos pertenecientes al estado de Querétaro. Sin embargo, en dicha entidad federativa,³⁸⁰ [REDACTED],³⁸¹

(588) En términos de capacidad de red, al primer trimestre de dos mil diecinueve, Megacable [REDACTED], en términos de kilómetros de red, en Querétaro, Guanajuato, Jalisco y Puebla y [REDACTED] en el Estado de México. [REDACTED], Telmex fue el oferente [REDACTED] en extensión de red en todos los estados donde se encuentran los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación.³⁸²

³⁸⁰ Se utilizan datos a nivel de entidad federativa por ser la mejor información disponible, de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE.

³⁸¹ Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 1004, 1226, 3013, 3878 y 4013 del Expediente AI/DC-002-2019.

³⁸² Para mayor detalle véase Tabla 40.

- (589) Además, de dos mil quince a dos mil dieciocho, a nivel nacional,³⁸³ Telmex ha sido la empresa proveedora del STF [REDACTED]. Específicamente, durante el dos mil dieciocho, Telmex fue el proveedor del STF que [REDACTED], lo que le ha permitido ofrecer productos de voz, video y datos de alta calidad en todas las regiones en las que opera.³⁸⁴
- (590) Por tanto, después de la Operación, Telmex es el líder en 11 (once) mercados relevantes y Megacable en 5 (cinco); no obstante, en 3 (tres) de estos 5 (cinco) mercados, Telmex alcanzó participaciones de al menos 41.24%, en términos de suscriptores. En los dos mercados relevantes restantes, en los cuales la participación de Telmex fue menor, Corregidora y El Marqués (ambos en el estado de Querétaro), Telmex es el operador [REDACTED]. Lo anterior, aunado a que Telmex es el agente económico que [REDACTED], indica que Telmex tiene capacidad para ejercer presión competitiva a Megacable en los mercados relevantes de la Operación en donde este último es líder.

IV.2.4. Acceso a insumos

- (591) Conforme a la fracción IV del artículo 59 de la LFCE para determinar si uno o varios agentes económicos tienen poder sustancial en los mercados relevantes deberá considerarse, entre otros elementos, los siguientes:

IV. Las posibilidades de acceso del o de los Agentes Económicos y sus competidores a fuentes de insumos;

- (592) El análisis de acceso a insumos que se presenta en esta sección resulta aplicable para todos los mercados relevantes del STF en donde tiene efectos la Operación. Esto es así debido a que las posibles restricciones normativas y físicas que enfrentan los agentes económicos para acceder a los insumos son similares entre los mercados relevantes analizados.
- (593) En el caso del STF, el principal insumo que requieren los proveedores es una red pública de telecomunicaciones para distribuir el servicio.

³⁸³ Se utilizan datos a nivel nacional por ser la mejor información disponible y comparable entre agentes económicos, de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE.

³⁸⁴ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas de acuerdo al "Anexo VIII. Índice de fojas de inversión en infraestructura del Expediente AI/DC-002-2019".

IV.2.4.1. Acceso a redes

- (594) Para proveer el STF en los mercados relevantes es necesario contar con una red de telecomunicaciones propia y/o arrendar infraestructura a terceros. La capacidad que tiene un concesionario que ya participa en los mercados relevantes de la Operación para acceder a infraestructura de red dependerá de las restricciones normativas y físicas que enfrente. A continuación, se analizan estos dos aspectos.

IV.2.4.1.1. Restricciones normativas

- (595) Como se señaló en la sección "IV.2.2.3. La necesidad de contar con concesiones, licencias, permisos o cualquier clase de autorización o título habilitante expedido por Autoridad Pública, así como con derechos de uso o explotación protegidos por la legislación en materia de propiedad intelectual e industrial", los proveedores del STF necesitan un título de concesión que les permita proveer el servicio,³⁸⁵ así como obtener permisos y licencias de las autoridades estatales y municipales para desplegar la infraestructura de red.³⁸⁶

IV.2.4.1.2. Restricciones físicas

- (596) Los concesionarios que proveen el STF a través de medios cableados y que deseen expandir su red pueden desplegar su propia infraestructura pasiva y/o arrendar algunos elementos de la infraestructura de terceros tales como la CFE o el AEP en el sector de telecomunicaciones.
- (597) En cuanto a la capacidad de desplegar una RPT propia, se advierte que, en el periodo de dos mil quince a dos mil dieciocho, a nivel nacional, Telmex fue la empresa proveedora del STF que [REDACTED].³⁸⁷ Además, Telmex es el proveedor del STF que [REDACTED].

³⁸⁵ Los proveedores del STF necesitan contar con la concesión única, a la que se refiere el artículo 3, fracción XII, de la LFTyR.

³⁸⁶ Entre estos permisos y licencias se encuentran aquellos necesarios para la realización de obra civil, el uso de los derechos de vía y la instalación de diversos elementos de infraestructura (por ejemplo, postes, ductos, cableado subterráneo y aéreo, entre otros). Al respecto, la OCDE señaló que el estado actual de la normatividad municipal en México ha provocado reglas y procedimientos heterogéneos entre municipios y estados, e incluso entre municipios de un mismo estado, lo cual genera un alto grado de incertidumbre jurídica y a su vez "(...) entorpece la capacidad de los operadores para tomar decisiones de inversión razonadas e informadas". OCDE (2017). Estudio de la OCDE sobre telecomunicaciones y radiodifusión en México 2017. Éditions OCDE, París. Págs. 176-178. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264280656-es>. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4824 del Expediente AI/DC-002-2019.

³⁸⁷ De acuerdo con información consolidada proporcionada por Telmex, en este periodo dicho agente económico reportó una inversión de [REDACTED].

[REDACTED] GTV, [REDACTED] Total Play [REDACTED] Megacable, [REDACTED].

[REDACTED]. Se consideran datos nacionales por ser la mejor información disponible que es comparable entre AMX, GTV, Megacable y Total Play, de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004, 2513, 3013, 4013 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

[REDACTED]
[REDACTED],³⁸⁸

(598) Respecto a la opción de utilizar la infraestructura pasiva de la CFE para la ampliación de la RPT, se advierte que, durante dos mil dieciocho, Megacable fue el proveedor del STF [REDACTED] en las entidades federativas en las que se encuentran los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación (el [REDACTED] del total de postes arrendados a la CFE dichas entidades federativas fueron arrendados por Megacable).³⁸⁹

(599) Cabe señalar que durante el periodo de dos mil catorce a dos mil diecisiete, un porcentaje importante de las solicitudes de uso de los postes de CFE fueron rechazadas, siendo el principal motivo de rechazo la falta de capacidad para aceptar un cable adicional (el número de cables permitidos era de dos).³⁹⁰ Al respecto, el veintinueve de octubre de dos mil dieciocho, la Comisión Reguladora de Energía publicó en el DOF las "*Disposiciones Administrativas de Carácter General para permitir a los Prestadores de Servicios de la Industria de Telecomunicaciones el acceso a las instalaciones y derechos de vía del Sistema Eléctrico Nacional*", las cuales permiten el acceso a un mayor número posible de

³⁸⁸ Al primer trimestre de dos mil diecinueve, Telmex reportó [REDACTED] km de red en las entidades federativas en las que se encuentran los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, [REDACTED] Megacable con [REDACTED] km, [REDACTED] Total Play con un total de [REDACTED] km, [REDACTED] GTV [REDACTED] km (en cuyo caso se toma en cuenta únicamente los km de red que GTV reportó en el estado de Querétaro, que es la única entidad federativa vinculada a la Operación en la cual provee el STF). Las cifras de Megacable no toman en cuenta los km de red adquiridos mediante la Operación. Se presentan datos a nivel estatal por ser la mejor información disponible y consistente entre AMX, GTV, Megacable y Total Play, de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004, 1226, 3013, 3878 y 4013 del Expediente AI/DC-002-2019.

³⁸⁹ Durante dos mil dieciocho, Megacable [REDACTED] arrendador de postes de la CFE en los estados de Guanajuato, Jalisco, Puebla, Querétaro y Estado de México, con un total de [REDACTED] postes, [REDACTED] Total Play con [REDACTED] postes, Axtel con [REDACTED] postes, y GTV [REDACTED] postes (en el caso de GTV se toma en cuenta únicamente el número de postes arrendados en el estado de Querétaro, toda vez que solo en este estado provee el STF a través de medios cableados). Por su parte, Telmex [REDACTED]. Se presentan datos a nivel estatal por ser la mejor información disponible y consistente entre Axtel, AMX, GTV, Megacable y Total Play, de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE. De acuerdo a información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004, 1226, 1333 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

³⁹⁰ Por ejemplo, de dos mil catorce a dos mil diecisiete, en 5 (cinco) de las 16 (dieciséis) divisiones de la CFE (correspondientes al Estado de México) se presentaron un total de [REDACTED] solicitudes para la instalación de cableado en postes de la CFE, de las cuales [REDACTED] fueron rechazadas (los rechazos representaron el [REDACTED] del total de solicitudes presentadas). De las solicitudes rechazadas, el [REDACTED] se debieron a la falta de capacidad de carga en los postes solicitados. En este sentido, Twister señaló que entre los principales obstáculos que enfrenta para desplegar redes cableadas que le permitan proveer el STAR, SBAF y STF se encuentran [REDACTED]. [REDACTED] Fojas 1827 a 1834 y 1012 del Expediente. Fojas 5453 a 5456 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

prestadores de servicios de telecomunicaciones.³⁹¹ Toda vez que las disposiciones mencionadas entraron en vigor en el año dos mil diecinueve, no se cuenta con información respecto al grado en el cual se ha facilitado el acceso a este insumo.

- (600) Adicionalmente, los proveedores del STF pueden acceder a la infraestructura pasiva del AEP en el sector de telecomunicaciones, en virtud de las medidas impuestas por el IFT que lo obligan a brindar el servicio de acceso y uso compartido de infraestructura.³⁹² Sin embargo, de acuerdo con la información disponible, se advierte que los proveedores del STF recurren solo de manera marginal al arrendamiento de infraestructura pasiva del AEP en el sector de telecomunicaciones. Por ejemplo, en dos mil dieciocho, de los agentes económicos que participan en los mercados relevantes de la Operación, [REDACTED]³⁹³ arrendó postes al AEP en el sector de telecomunicaciones en las entidades federativas en las que se ubican los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación,³⁹⁴ los cuales representaron un porcentaje muy bajo del total de postes arrendados ([REDACTED]).³⁹⁵
- (601) Entre los factores que pueden explicar el poco uso de la infraestructura pasiva del AEP en el sector de telecomunicaciones por parte de otros proveedores del STF, se encuentran la complejidad técnica del proceso para acceder a este servicio y el tiempo que puede tomar llevarlo a cabo. Por ejemplo, [REDACTED] que enfrenta incertidumbre sobre la ejecución plena de los proyectos, ya sea "por la disponibilidad de compartición y/o por la obtención de permisos".³⁹⁶
- (602) Adicionalmente, respecto a los obstáculos identificados para acceder a la infraestructura pasiva de terceros, [REDACTED] que "el principal problema es la implementación toda vez que es un proceso lento" en virtud de los tiempos involucrados en el proceso de la visita técnica,³⁹⁷ los cuales pueden extenderse dependiendo del nivel de información técnica requerida en cada anteproyecto.³⁹⁸

³⁹¹ Se definió un límite por peso, en lugar de un límite por número de cables permitidos en un poste (máximo 250 kg/km por concesionario, con capacidad máxima de 1,000 kg/km).

³⁹² Estas medidas incluyen la obligación del AEP en el sector de telecomunicaciones de arrendar infraestructura pasiva, como postes y cableado de telecomunicaciones a cualquier concesionario de RPT que lo solicite, sobre bases no discriminatorias, considerando las condiciones ofrecidas a sus propias operaciones y sin otorgar derechos de exclusividad. Revisión bienal, Anexo 1, medida Decimoquinta y Anexo 2, medida Vigésima Tercera.

³⁹³ [REDACTED]
³⁹⁴ [REDACTED] reportaron que, durante dos mil dieciocho, no arrendaron postes del AEP en el sector de telecomunicaciones en las entidades federativas donde tuvo efectos la Operación. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004, 1226, 1333, 1685 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

³⁹⁵ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004, 1226, 1333, 1685 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

³⁹⁶ Fojas 1333 a 1342 del Expediente. Fojas 1936 a 2012 del Expediente AI/DC-001-2018.

³⁹⁷ Se refiere a la actividad conjunta por parte del concesionario o autorizado que solicita el servicio y del proveedor del servicio a fin de analizar y concretar *in situ* los elementos sobre los que efectivamente se podrá ejercer el acceso y uso compartido de infraestructura pasiva.

³⁹⁸ Fojas 1333 a 1342 del Expediente. Fojas 1936 a 2012 del Expediente AI/DC-001-2018.

(603) [REDACTED] manifestó que los procesos para arrendar infraestructura pasiva de terceros "suelen ser complejos por el nivel técnico que conllevan y el tiempo que le dedican las empresas".³⁹⁹

(604) Por otro lado, los agentes económicos que proveen el STF en los mercados relevantes de la Operación pueden solicitar servicios de desagregación del bucle local al AEP en el sector de telecomunicaciones, tales como SAIB, SRLT y SRP. En la Tabla 30 se muestran las solicitudes por servicio, realizadas anualmente durante el periodo comprendido entre dos mil dieciséis y dos mil dieciocho.

Tabla 30. Solicitudes de servicios de desagregación del bucle local presentadas al AEP por servicio, a nivel nacional, 2016-2018.

Servicios	2016	2017	2018
Servicio de Acceso Indirecto al Bucle			
SAIB	56	812	5,217
Servicios de Venta			
SRLT	63	5,037	434
SRP	76	1,075	5,667

Fuente: Elaboración propia con datos de los informes trimestrales del cumplimiento de las medidas y la regulación asimétrica Impuestas al AEP en el sector de telecomunicaciones.⁴⁰⁰

(605) A pesar de que el número de solicitudes para el SAIB y el SRP se incrementó en el periodo de dos mil dieciséis a dos mil dieciocho, el uso de estos servicios aún no es representativo. Esto debido a que cada solicitud está encausada a la provisión del STF a un solo suscriptor y, al dos mil dieciocho, el total de solicitudes de compartición de los servicios descritos en la Tabla 30 representaron menos del 0.10% del total de suscriptores del STF a nivel nacional.⁴⁰¹ Además, se advierte que las solicitudes para el SRLT decrecieron en un 91.38% del dos mil diecisiete al dos mil dieciocho.

(606) En suma, Telmex es el proveedor del STF que [REDACTED], además, ha demostrado tener [REDACTED]. Adicionalmente, se observa que, algunos oferentes del STF han enfrentado obstáculos para acceder a la infraestructura pasiva de terceros, principalmente, debido a que los procesos para el acceso y uso compartido de infraestructura del AEP en el sector de telecomunicaciones suelen ser complejos y prolongados, en virtud del nivel de Información técnica que se requiere. En este sentido, se observa que, si bien las solicitudes de compartición de infraestructura han aumentado, no representan un

³⁹⁹ Fojas 1333 a 1342 del Expediente. Fojas 2038 a 2218 del Expediente AI/DC-001-2018.

⁴⁰⁰ De acuerdo con Información del RPC. Informes disponibles en la siguiente liga: <http://www.ift.org.mx/registro-publico-de-concesiones/informes-trimestrales-de-cumplimiento-de-agentes-economicos-preponderantes>. Para el año dos mil dieciséis, se consideraron los reportes del tercer y cuarto trimestres. Se utiliza información a nivel nacional, toda vez que es la mejor información disponible, de conformidad con el artículo 120 de la LFCE.

⁴⁰¹ En dos mil dieciocho, el total de suscriptores del STF, a nivel nacional, fue de [REDACTED]. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

porcentaje significativo del total de suscriptores del STF. Por último, la obtención de los permisos y licencias correspondientes ante las autoridades estatales y municipales puede entorpecer el despliegue de la infraestructura de red.

IV.2.5. El comportamiento reciente del o los agentes económicos que participan en dicho mercado

- (607) La fracción V del artículo 59 de la LFCE establece que para determinar si uno o varios agentes económicos tienen poder sustancial en el mercado relevante, se debe analizar:

V. El comportamiento reciente del o los Agentes Económicos que participan en dicho mercado,

- (608) En relación con lo anterior, esta Autoridad Investigadora no encontró antecedentes que hayan causado estado respecto al comportamiento reciente de Megacable, que permitan señalar que este ha realizado conductas anticompetitivas en los mercados relevantes del STF.

IV.2.6. Otros criterios

- (609) Por último, para determinar la existencia de poder sustancial en los mercados relevantes, el artículo 59 de la LFCE dispone tomar en cuenta:

VI. Los demás (elementos) que se establezcan en las Disposiciones Regulatorias, así como los criterios técnicos que para tal efecto emita (el Instituto).

- (610) En relación con la fracción anterior, el artículo 8 de las Disposiciones Regulatorias establece:

Artículo 8. Para determinar si uno o varios Agentes Económicos tienen poder sustancial en el mercado relevante, de conformidad con la fracción VI del artículo 59 de la Ley, se pueden considerar, entre otros, los criterios siguientes:

(...)

IV.2.6.1. El grado de posicionamiento de los bienes o servicios en el mercado relevante

- (611) En los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, los paquetes de Megacable que incluyen el STF [REDACTED] A pesar

de ello, en la mayoría de los mercados relevantes,⁴⁰² dichos paquetes son [REDACTED],⁴⁰³ los cuales se posicionan [REDACTED]
[REDACTED].⁴⁰⁴

(612) Por otro lado, si bien, en la mayoría de las entidades federativas que engloban los mercados relevantes de la Operación, Megacable cuenta con [REDACTED], la red cableada de Telmex es, en promedio, [REDACTED] en todos los estados donde se localizan los mercados relevantes de la Operación. Asimismo, Telmex es el agente económico que [REDACTED] (véase párrafo 589 de la sección "IV.2.3. Existencia y poder de los competidores").

(613) Por lo tanto, si bien en 5 (cinco) mercados relevantes, luego de la Operación, Megacable es líder con participaciones superiores a 35%, existen indicios de que Telmex puede ejercerle presión competitiva a Megacable en los mercados relevantes en donde este último es líder, ya que, primero, los paquetes de Telmex que incluyen el STF [REDACTED] en la mayoría de los mercados relevantes de la Operación y segundo, Telmex tiene [REDACTED].

IV.2.6.2. La falta de acceso a importaciones o la existencia de costos elevados de Internación

(614) La prestación del STF requiere que el oferente cuente con la infraestructura de red y los títulos de concesión que le permitan ofrecer el servicio en los mercados relevantes, los cuales se encuentran ubicados dentro del territorio nacional, por lo cual no es posible que el acceso a dichos servicios sea a través de la importación de los mismos.

IV.2.6.3. La existencia de diferenciales elevados en costos que pudieran enfrentar los consumidores al acudir a otros proveedores

(615) Las presiones competitivas en un mercado pueden provenir del lado de la demanda, en específico, cuando los consumidores tienen la posibilidad de

⁴⁰² El paquete [REDACTED] en 15 (quince) de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación.

⁴⁰³ Telmex solo ofrece el STF de manera individual y empaquetado con el SBAF en la modalidad *doble play*.

⁴⁰⁴ Por ejemplo, el paquete con STF [REDACTED], en el agregado de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, es el [REDACTED], el cual fue consumido por el [REDACTED] de los suscriptores, por su parte el paquete con STF [REDACTED] es el [REDACTED] el cual fue consumido por el [REDACTED] del total de los suscriptores que consumen STF en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019, Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

cambiarse de proveedor sin incurrir en altos costos. Sin embargo, en los mercados relevantes de la Operación se detectaron prácticas comerciales particulares que pueden inhibir la movilidad de los consumidores.

- (616) Al respecto, algunos oferentes del STF establecen plazos forzosos en las relaciones contractuales para prestar el servicio al suscriptor y fijan plazos y penalizaciones en caso de que este quiera terminar el contrato de manera anticipada. Estas prácticas suelen estar justificadas cuando tienen por objeto recuperar las inversiones realizadas para la prestación del servicio; sin embargo, incrementan los costos de los usuarios de cambiarse de proveedor.
- (617) En el contrato de adhesión de suscriptores (en la modalidad *triple play*) de Megacable se establece un plazo mínimo forzoso de hasta 12 (doce) meses. Asimismo, en caso de que el suscriptor cancele el contrato de manera anticipada (incumpla con el plazo mínimo), deberá pagar el equivalente al 20% del importe de las contraprestaciones mensuales que hayan quedado pendientes de ser cubiertas hasta la terminación del plazo forzoso contratado.⁴⁰⁵
- (618) En estos rubros, los términos en el contrato de Megacable son similares a los del contrato de adhesión de los suscriptores de Twister, el cual es el concesionario más pequeño que se analizó en los 16 (dieciséis) mercados relevantes.⁴⁰⁶ Por ejemplo, el contrato de Twister establece lo siguiente:

"EL SUSCRIPTOR" contratará al servicio con un plazo forzoso no mayor a doce meses, a partir de la firma de aceptación del presente contrato y hasta dicho plazo. (...) La cancelación del servicio de manera anticipada por parte de "EL SUSCRIPTOR" no lo exime del pago de las cantidades endeudadas a "EL PROVEEDOR" por los servicios efectivamente prestados. (...) Si cualquiera de las partes decide dar por terminado el contrato de manera anticipada tendrán que pagar una pena convencional equivalente al 20% sobre los meses restantes de la vigencia del contrato. Del mismo modo "EL SUSCRIPTOR" deberá permitir el retiro de las instalaciones realizadas en el domicilio de "EL SUSCRIPTOR".

- (619) En el caso de Telmex, su contrato (en la modalidad *doble play*) establece que: "(...) *EL CONSUMIDOR podrá elegir entre recibir en comodato una UNIDAD TERMINAL DE DATOS de una o doble banda por un plazo Indeterminado, o rentar una UNIDAD TERMINAL DE DATOS de doble banda por un plazo mínimo forzoso de 6 (seis) meses*". En caso de cancelación anticipada, los suscriptores que eligieron la segunda opción están obligados a " (...) *pagar a TELMEX por concepto de cargo por*

⁴⁰⁵ Folio de inscripción en el RPC 26269 (veintiséis mil doscientos sesenta y nueve).

⁴⁰⁶ Folio de inscripción en el RPC 25839 (veinticinco mil ochocientos treinta y nueve).



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

arrendamiento de la UNIDAD TERMINAL DE DATOS la mitad de la cantidad señalada en la Solicitud de Servicio por el tiempo remanente".⁴⁰⁷

- (620) Finalmente, el contrato (en la modalidad triple play) de Total Play establece un costo de instalación y un plazo mínimo de contratación opcional.⁴⁰⁸ En caso que el suscriptor así lo decida, la contratación del servicio puede llegar a establecer un plazo forzoso máximo de 18 (dieciocho) meses. En caso de la terminación anticipada del servicio, el suscriptor que eligió el plazo forzoso debe pagar el monto que corresponde a los meses restantes de dicho plazo.⁴⁰⁹
- (621) En suma, se advierte que diversos concesionarios de redes que ofrecen el STF en los mercados relevantes de la Operación, suelen establecer condiciones similares en los contratos de adhesión respecto a los plazos forzosos y la permanencia de sus suscriptores, las cuales limitan la posibilidad de los mismos de cambiarse de proveedor del STF.

V. SERVICIO DE ACCESO A INTERNET DE BANDA ANCHA FIJA (SBAF)

Mercado relevante

- (622) El mercado relevante se determina con fundamento en el artículo 58 de la LFCE, así como en el artículo 5 de las Disposiciones Regulatorias.
- (623) Esta sección comprende cinco apartados: en el primero, se describen diversas generalidades del SBAF, en el segundo se presenta el análisis de sustitución para determinar la dimensión producto, en el tercero se realiza el análisis para delimitar la dimensión geográfica, en el cuarto se desarrollan otros criterios para determinar el mercado relevante y, finalmente, se concluye con la definición del mercado relevante.

V.1.1. Consideraciones previas

- (624) A continuación, se presenta una descripción del SBAF, se explica la cadena de valor de los servicios provistos a través de internet y se caracteriza a los demandantes y oferentes del servicio.

⁴⁰⁷ Folio de inscripción en el RPC 38818 (treinta y ocho mil ochocientos dieciocho).

⁴⁰⁸ La alternativa es una vigencia indefinida que permite a Total Play modificar los términos y condiciones, así como las tarifas del contrato.

⁴⁰⁹ Folio de inscripción en el RPC 34670 (treinta y cuatro mil seiscientos setenta).

V.1.1.1. Descripción del servicio

- (625) El SBAF es un servicio público de telecomunicaciones,⁴¹⁰ ofrecido al amparo de un título de concesión o de una autorización emitidos por el Instituto.⁴¹¹ El SBAF se caracteriza por proveer acceso a Internet mediante una conexión de alta capacidad a una RPT,⁴¹² a través de una puerta de enlace y algún medio de transmisión alámbrico (tales como el par de cobre, el cable coaxial y la fibra óptica) o inalámbrico (utilizando bandas del espectro radioeléctrico mediante tecnologías WiMax,⁴¹³ LTE,⁴¹⁴ o satelital), permitiendo a los usuarios finales la transferencia de datos mediante la utilización del protocolo de comunicación de Internet IP,⁴¹⁵ de manera que pueden acceder a contenidos, aplicaciones o servicios disponibles en Internet.⁴¹⁶ Este servicio se brinda en una ubicación geográfica determinada y se dirige a clientes residenciales y micro negocios.⁴¹⁷

⁴¹⁰ Se requiere una RPT para proveerlo y se presta al público en general con fines comerciales. Artículo 3, fracciones LVIII y LXV, de la LFTyR.

⁴¹¹ Los proveedores del SBAF, independientemente del medio de transmisión que utilicen, requieren de una concesión única de uso comercial, de conformidad con lo establecido en los artículos 66 y 67, fracción I de la LFTyR. Por su parte, los proveedores del SBAF que utilizan tecnologías terrestres fijas inalámbricas requieren una concesión para el uso del espectro radioeléctrico de uso comercial, de conformidad con lo establecido en los artículos 75 y 76, fracción I de la LFTyR. En el caso de los oferentes del SBAF vía satélite, estos no adquieren una concesión de espectro radioeléctrico para la prestación del servicio, sino que deben contratar con un tercero los recursos orbitales que requieran y, en su caso, una autorización para instalar, operar o explotar estaciones terrenas para transmitir señales satelitales o explotar los derechos de emisión y recepción de señales y bandas de frecuencias asociados a sistemas satelitales extranjeros que cubran y puedan prestar servicios en el territorio nacional, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 170, fracción II y IV de la LFTyR. Cabe señalar que un agente económico puede comercializar el SBAF sin tener el carácter de concesionario, al amparo de una autorización emitida por el Instituto en términos de lo dispuesto por los artículos 170, fracción I, 173 y 174 de la LFTyR.

⁴¹² No existe un consenso a nivel internacional sobre la velocidad mínima que permite calificar a una conexión como de banda ancha. Para efectos del presente análisis, se utiliza una velocidad de subida y bajada igual o superior a 256 kbps, en concordancia con los indicadores de la UIT y de la OCDE, p.13. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5236 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴¹³ Siglas que provienen del acrónimo en inglés *Worldwide Interoperability for Microwave Access* (interoperabilidad mundial para acceso por microondas).

⁴¹⁴ Acrónimo del término en inglés *Long Term Evolution*. Se refiere a un estándar para comunicaciones inalámbricas de transmisión de datos de alta velocidad para teléfonos móviles y terminales de datos; no obstante, esta tecnología puede ser empleada para proveer el SBAF. Por ejemplo: AT&T, Telefónica, Dish y GTV ofrecen el SBAF a través de esta tecnología. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 141 y 5236 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴¹⁵ Del inglés, *Internet Protocol*.

⁴¹⁶ De acuerdo con el artículo 3, fracción XXXII, de la LFTyR, el Internet se define como el "(c)onjunto descentralizado de redes de telecomunicaciones en todo el mundo, interconectadas entre sí, que proporciona diversos servicios de comunicación y que utiliza protocolos y direccionamiento coordinados internacionalmente para el enrutamiento y procesamiento de los paquetes de datos de cada uno de los servicios. Estos protocolos y direccionamiento garantizan que las redes físicas que en conjunto componen Internet funcionen como una red lógica única".

⁴¹⁷ En la sección V.1.2.3, se analiza la sustitución entre el SBAF y el servicio de acceso a Internet dedicado, el cual está dirigido a empresas, corporativos y organismos públicos que requieren un acceso dedicado, simétrico, sin sobresuscripción y de alta capacidad a la red mundial de Internet, que garantice niveles de servicio cuantificables y atención técnica especializada. En dicho apartado se concluye que ambos servicios no son sustitutos.

V.1.1.2. Cadena de valor

- (626) Los proveedores del SBAF forman parte de la cadena de valor de los servicios provistos a través de Internet, la cual se integra, principalmente, de cinco eslabones: i) propietarios de los derechos de transmisión de contenidos, ii) servicios en línea, iii) servicios de tecnologías habilitadoras, iv) conectividad, y v) interfaz con el usuario.⁴¹⁸
- (627) En el primer eslabón de la cadena se encuentran los propietarios de los derechos de transmisión de contenidos tales como películas, eventos deportivos, música, libros, videojuegos, entre otros.
- (628) En el segundo eslabón se encuentran los proveedores de diversos servicios en línea que se proveen a los usuarios a través de Internet, tales como: servicios de comunicación de voz, correo electrónico, redes sociales, buscadores, y páginas de Internet a través de las que se realiza comercio electrónico.
- (629) En el tercer eslabón se encuentran empresas que proveen servicios de tecnologías habilitadoras, las cuales generalmente son invisibles para el usuario final, pero que resultan esenciales para la provisión de contenidos a través de Internet, tales como: tecnologías de apoyo (por ejemplo, diseño y desarrollo web, servicios de alojamiento y gestión de contenidos), facturación y cobro (por ejemplo, *Pay Pal*), así como servicios de publicidad (por ejemplo, *DoubleClick* de Google).
- (630) En el cuarto eslabón se encuentran los proveedores de servicios de conectividad, es decir, aquellos agentes económicos que proveen los medios a través de los cuales los usuarios se conectan a Internet. Entre estos agentes económicos se encuentran los concesionarios de RPT que proveen el SBAF a los usuarios finales tales como GTV, Telmex, Megacable, Total Play, etc.⁴¹⁹
- (631) En el quinto eslabón se encuentran las empresas que proveen los elementos de la interfaz con el usuario, tanto físicos (por ejemplo, computadoras, teléfonos inteligentes, tabletas y consolas de videojuegos) como *software* (por ejemplo, sistemas operativos, navegadores de Internet, reproductores de video y juegos).

⁴¹⁸ Cadena de valor con base en información que consta en el Expediente. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 5231 a 5244 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴¹⁹ Este eslabón también incluye a los proveedores de Internet nivel Tier-1 que proveen las conexiones directas a la red mundial de Internet y los proveedores de Internet nivel Tier-2 quienes se interconectan para transmitir el tráfico de sus clientes. A nivel global, los proveedores de Internet nivel Tier 1 son aquellos que tienen acceso a la red mundial de Internet a través de acuerdos bilaterales de interconexión con otros proveedores de capacidades, tamaño y costos similares (otros Tier 1). Para conectarse a la red mundial de Internet, los proveedores de Internet regionales o nacionales (Tier 2) requieren de los servicios de tránsito (entrada y salida de tráfico), proporcionados por los proveedores nivel Tier 1. Asimismo, los proveedores nivel Tier 2 pueden realizar acuerdos bilaterales de interconexión entre ellos para conectar el tráfico de sus bases de clientes. Estudio de la Conectividad Internacional de Internet en América Latina y el Caribe, UIT, (2013). Fojas 1333 a 1342 y 1392 a 1394 del Expediente. Fojas 6931 a 6933 del Expediente AI/DC-001-2018. Fojas 7299 y 7303 del Expediente AI/DC-003-2018.

- (632) En México, es posible encontrar agentes económicos verticalmente integrados que participan en varias etapas de esta cadena de valor.

V.1.1.3. Demandantes del servicio

- (633) Los demandantes del SBAF son principalmente usuarios residenciales y micro negocios, quienes demandan el servicio con el objetivo de acceder a contenidos, servicios y aplicaciones provistos a través de internet que les permiten, por ejemplo: enviar y recibir mensajes instantáneos y correos electrónicos; acceder a contenidos audiovisuales, realizar compras y transacciones bancarias por internet, entre otros.⁴²⁰
- (634) Las diferentes aplicaciones y servicios a los que pueden acceder los usuarios del SBAF demandan diferentes velocidades de transmisión de datos para su correcto funcionamiento (la velocidad se mide en Mbps, o referida en las ofertas comerciales comúnmente como *megas*). En este sentido, el tipo de aplicaciones y servicios en internet que desee utilizar el usuario determina, en parte, la velocidad de transmisión de datos que requiere contratar.⁴²¹ Por lo general, el usuario del SBAF está dispuesto a pagar más a cambio de una mayor velocidad de transferencia de datos en el servicio.⁴²²
- (635) El usuario del SBAF puede conectarse a internet dentro del domicilio en el que se provee el servicio desde cualquier dispositivo con acceso a internet (tales como computadoras de escritorio o portátiles, teléfonos móviles inteligentes y consolas de videojuego).⁴²³ El ancho de banda que recibe el usuario se reparte entre el número de equipos que se conecten de manera simultánea en el domicilio.⁴²⁴
- (636) Los usuarios del SBAF pueden contratar el servicio de manera individual (ofertas comerciales *single play*) o en forma empaquetada con otros servicios de telecomunicaciones como el STAR y el STF (en *doble play* o *triple play*). Los usuarios también pueden configurar sus propios paquetes (también denominados, paquetes sintéticos), al contratar por separado dos o más ofertas de *single, doble y/o triple play*.

⁴²⁰ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5226 del Expediente AI/DC-002-2019. Tercera encuesta 2018, Usuarios de servicios de telecomunicaciones, pp. 23 y 24.

⁴²¹ Por ejemplo, el envío de correos electrónicos cortos sin archivos adjuntos o la navegación web básica son ejemplos de aplicaciones que no requieren altas velocidades para funcionar de manera óptima. Por el contrario, el *streaming* de video de alta definición y las aplicaciones para llevar a cabo videoconferencias son ejemplos de aplicaciones que requieren mayores velocidades para funcionar correctamente. Fojas 1333 a 1342 y 1827 a 1834, del Expediente. Fojas 6931 a 6933 del Expediente AI/DC-001-2018. Foja 5376 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴²² Véase Tabla 31.

⁴²³ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5226 del Expediente AI/DC-002-2019. Tercera encuesta 2018, Usuarios de servicios de telecomunicaciones, pp. 19 a 22.

⁴²⁴ Véase, por ejemplo, los términos y condiciones bajo los que Total Play provee el SBAF, Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 132 a 141 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

V.1.1.4. Oferentes del servicio

- (637) Los oferentes del SBAF son concesionarios de RPT o autorizados que, mediante una relación contractual, proveen el servicio a los usuarios a cambio de una contraprestación y/o pago periódico. Una vez establecida la relación contractual, el proveedor del SBAF lleva a cabo la instalación de los elementos de red necesarios para que el suscriptor reciba el servicio correspondiente en su domicilio.⁴²⁵
- (638) Los agentes económicos que proveen el SBAF en los municipios de la Operación prestan el servicio, principalmente, a través de medios de distribución cableados (par de cobre, cable coaxial y fibra óptica).⁴²⁶
- (639) Los oferentes del SBAF requieren de elementos de infraestructura de red para proveer el servicio.⁴²⁷ La demanda de infraestructura puede satisfacerse de diversas formas, ya sea a través del despliegue de infraestructura nueva o mediante el acceso y uso compartido de infraestructura de terceros.⁴²⁸
- (640) Las ofertas comerciales del SBAF varían en las siguientes características: i) la velocidad de carga y descarga de información ofrecida; ii) el precio del servicio (el cual puede incluir un costo único por instalación o suscripción, una renta mensual, etc.), y iii) la tecnología y el medio de transmisión empleado para proveer el servicio, entre otros.
- (641) Los proveedores del SBAF utilizan diversos canales de comercialización, tales como: i) cambaceo, que es la promoción y comercialización que se realiza de casa en casa, con el fin de adquirir nuevos suscriptores; ii) módulos/puntos de venta, tales como sucursales de la empresa, módulos dentro de tiendas de autoservicio,

⁴²⁵ Véase, por ejemplo, los contratos de adhesión con folios electrónicos: 28691 de Axtel; 10911 de Megacable, y 3707 de Telmex. Consultables en el buscador de contratos de adhesión del RPC.

⁴²⁶ De acuerdo con información del BIT, a diciembre de dos mil dieciocho, el 99.72% de los accesos del SBAF en los municipios de la Operación se proveía a través de par de cobre, cable coaxial y fibra óptica. Si bien el SBAF se puede proveer a través de tecnologías inalámbricas (que utilizan las bandas de frecuencia del espectro radioeléctrico asignadas para tal fin), solo el 0.28% de los accesos del SBAF en los municipios de la Operación se provee a través de estas tecnologías, incluso para el mes de junio de dos mil diecinueve, el BIT reporta cero accesos del SBAF provistos a través tecnologías terrestres fijas inalámbricas. Fojas 1466 a 1470 y 1492 del Expediente.

⁴²⁷ Los elementos de infraestructura que integran una RPT se clasifican en infraestructura activa e infraestructura pasiva. La infraestructura activa se compone de aquellos elementos que almacenan, emiten, procesan, reciben o transmiten escritos, imágenes, sonidos, señales, signos o información de cualquier naturaleza. Por su parte, la infraestructura pasiva es el conjunto de elementos accesorios que soportan a la infraestructura activa, necesarios para instalar y operar las redes, así como prestar servicios de telecomunicaciones, por ejemplo: cableado subterráneo y aéreo, canalizaciones, construcciones, ductos, obras, postes, sitios, torres y derechos de vía. Véase artículo 3, fracciones XXVI y XXVII, de la LFTyR.

⁴²⁸ Por ejemplo: otros concesionarios que provean servicios de telecomunicaciones fijas (incluido el AEP en el sector de telecomunicaciones); el Estado, quien da acceso a los inmuebles de la Administración Pública Federal (conforme al artículo 149 de la LFTyR) y a la infraestructura del Sistema Eléctrico Nacional (incluida la infraestructura de la CFE), u otros agentes económicos que no cuentan con título de concesión para proveer servicios de telecomunicaciones pero que proveen infraestructura para este fin.

departamentales, cadenas y centros comerciales, entre otros, donde personal de la fuerza de ventas del oferente del servicio, promueve y comercializa el servicio a los clientes potenciales; y iii) *telemarketing*, que es la comercialización y promoción del servicio por medio de llamadas telefónicas realizadas por el personal de fuerza de ventas a usuarios potenciales.⁴²⁹

- (642) Los oferentes del SBAF que proveen el servicio a través de par de cobre, cable coaxial y fibra óptica venden el servicio de manera individual o en las modalidades de *doble play* (SBAF+STF y SBAF+STAR) y *triple play* (SBAF+STAR+STF).⁴³⁰

V.1.2. Servicios sustitutos

- (643) Para delimitar la dimensión producto del mercado relevante se debe tomar en cuenta lo establecido en el artículo 58, fracción I de la LFCE, el cual señala lo siguiente:

I. Las posibilidades de sustituir el bien o servicio de que se trate por otros, tanto de origen nacional como extranjero, considerando las posibilidades tecnológicas, en qué medida los consumidores cuentan con sustitutos y el tiempo requerido para tal sustitución;

- (644) El análisis de sustitución se desarrollará como sigue. En primer lugar, se analizará la sustitución del SBAF provisto a través de las distintas tecnologías de transmisión. En segundo lugar, se abordará la sustitución entre el SBAF y el servicio de acceso a internet de banda ancha móvil. En tercer lugar, se evaluará la sustitución entre el SBAF y el servicio de acceso a internet dedicado. En cuarto lugar, se analizará la sustitución entre el SBAF provisto de manera individual (*single play*) y el SBAF provisto en paquete con otros servicios de telecomunicaciones (*doble play* y *triple play*).

⁴²⁹ Por ejemplo, el Reporte Anual Megacable 2018, pp. 35 y 36, señala que esta empresa utiliza centros de atención a clientes, ventas y pagos, centros de atención telefónica y ventas a domicilio para promocionar sus servicios. El Reporte Anual de AMX 2018, p. 13, señala que "(l) a Compañía vende sus servicios y productos principalmente a través de una red de establecimientos comerciales, centros de atención al público y vendedores dedicados al sector empresarial, la cual está integrada por más de 450,000 puntos de venta y cerca de 2,800 centros de atención a clientes. Los servicios y productos ofrecidos bajo las distintas marcas de la Compañía también se venden en línea". Fojas 1333 a 1342 y 1827 a 1834 del Expediente. Foja 7114 del Expediente AI/DC-001-2018, Foja 3018 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴³⁰ Telmex no provee el STAR en virtud de que su título de concesión no se lo permite, por lo que no puede ofrecer los paquetes de *doble play* y *triple play* que contienen el STAR. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, así fojas como señaladas en el "Anexo V, Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019."



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

V.1.2.1. Sustitución entre el SBAF provisto a través de distintas tecnologías de transmisión (par de cobre, cable coaxial y fibra óptica)

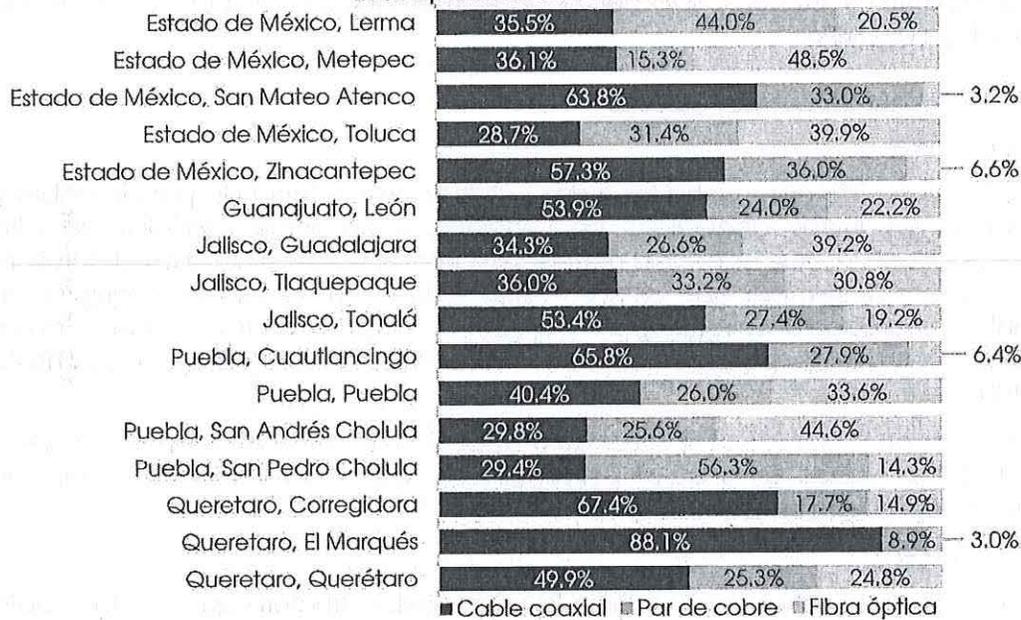
- (645) La provisión del SBAF en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación se realiza primordialmente mediante medios de distribución cableados, tales como el par de cobre, el cable coaxial y la fibra óptica (véase Gráfico 17).
- (646) Si bien el SBAF se puede proveer a través de tecnologías inalámbricas, que utilizan las bandas de frecuencia del espectro radioeléctrico asignadas para tal fin, para diciembre de dos mil dieciocho, solo el 0.28% de los accesos del SBAF en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación se proporcionó a través de estas tecnologías. Incluso para el mes de junio de dos mil diecinueve, no se reportan accesos del SBAF provistos a través tecnologías terrestres fijas inalámbricas. Por lo anterior, la tecnología terrestre fija inalámbrica no se toma en cuenta para el presente análisis de sustitución.^{431,432}
- (647) El Gráfico 17 muestra la distribución de los accesos del SBAF, por tipo de tecnología de transmisión, para el mes de junio de dos mil diecinueve, en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación.

(espacio en blanco)

⁴³¹ Fuente: BIT, así como información proporcionada por Megacable. Fojas 1466 a 1470, 1492 y 1827 a 1834 del Expediente.

⁴³² Entre los estándares de transmisión inalámbrica de datos que se pueden utilizar para la provisión del SBAF se encuentran WiMax (del inglés *Worldwide Interoperability for Microwave Access*) y LTE (acrónimo del término en inglés *Long Term Evolution*) y satelital. En cuanto a la tecnología WiMax, se tiene que uno de los principales oferentes del SBAF a través de dicha tecnología es Axtel; no obstante, en el Informe Anual Integrado 2018 de Axtel, se reconoce una erosión de los usuarios a los que se provee el servicio a través de tecnologías inalámbricas. En este sentido, Axtel señala que a partir del año dos mil veinte, ya no seguirá proveyendo los servicios al segmento masivo a través de la tecnología WiMax y que está informando a los clientes, que todavía no han cancelado el servicio, la posibilidad de que opten por otras tecnologías. Por su parte, LTE es una tecnología de transmisión de datos de banda ancha inalámbrica que está, principalmente, diseñada para poder dar acceso de teléfonos móviles y de dispositivos portátiles a Internet. Sin embargo, algunos de los oferentes del servicio están utilizando esta tecnología para proveer el SBAF. Por último, en relación con la tecnología satelital, se observa que las ofertas comerciales del SBAF que se proveen a través de esta tecnología tienen un precio hasta cinco veces mayor al que ofrecen otras tecnologías por una misma velocidad de transferencia de datos. Además, el SBAF satelital está sujeto a deficiencias por la latencia en aplicaciones interactivas, de manera que la disponibilidad, fiabilidad y continuidad del servicio no están garantizadas con el mismo nivel que lo permiten otros medios de transmisión. Tanto las ofertas comerciales del SBAF satelital como LTE suelen imponer restricciones a la capacidad de descarga, lo cual limita la presión competitiva que este tipo de servicios puede ejercer sobre los servicios del SBAF provistos a través de medios cableados. Por lo anterior, no se toman en cuenta en el análisis posterior. Fojas 1333 a 1342, 1401 y 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 69 y 5376, 5202 a 5205 y 5211 a 5218 del Expediente AI/DC-002-2019.

Gráfico 17. Porcentaje de accesos del SBAF, por tipo de tecnología de transmisión, en los municipios de la Operación. Junio de 2019.



Fuente: BIT, datos al mes de junio de dos mil diecinueve, así como información proporcionada por Megacable. Fojas 1466 a 1470, 1492 y 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019.

- (648) Del gráfico anterior se advierte que, en los 16 (dieciséis) municipios analizados, el SBAF se consume utilizando los diferentes tipos de tecnologías de transmisión. Si se consideran los promedios de los municipios por tipo de tecnología de transmisión, se observa un mayor consumo del SBAF vía cable coaxial (48,11%), seguido del SBAF por par de cobre (28,65%) y, por último, del SBAF que utiliza fibra óptica (23,23%).
- (649) Los oferentes del SBAF vía cable coaxial que participan en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación son Megacable y GTV (a través de TV Cable de Oriente, S.A. de C.V.). Las empresas que utilizan fibra óptica son Total Play y Axtel (hasta antes de la Operación).⁴³³ Por su parte, Telmex provee el servicio tanto a través de par de cobre como de fibra óptica.

V.1.2.1.1. Descripción de tecnologías de transmisión

- (650) A continuación, se analizan las características tecnológicas, comerciales y normativas del SBAF, provisto a través de diferentes medios de transmisión, a fin de

⁴³³ Megacable señaló que provee el SBAF a través de fibra óptica en los siguientes municipios: Guadalajara en Jalisco; Puebla y San Andrés Cholula, en Puebla; así como Corregidora y Querétaro, en Querétaro. No obstante, los suscriptores a los cuales Megacable provee el servicio a través de fibra óptica representan del total de sus suscriptores del SBAF en los municipios de la Operación. Foja 1459 del Expediente.

determinar si, desde la perspectiva de los usuarios, dichos servicios se consideran sustitutos entre sí, es decir, si la demanda se muestra neutral a la tecnología de transmisión del SBAF.

V.1.2.1.1.1. Características técnicas

Par de cobre

- (651) La tecnología DSL aprovecha las redes públicas de telefonía de par de cobre y convierte las líneas analógicas convencionales en líneas digitales de alta velocidad, con las que es posible ofrecer servicios de banda ancha en el domicilio de los clientes, siempre que dichos cables reúnan un mínimo de requisitos en cuanto a la calidad del circuito y la distancia. La velocidad de transmisión de datos con estas tecnologías puede ser desde 256 (doscientos cincuenta y seis) Kbps hasta los 100 (cien) Mbps.⁴³⁴
- (652) En general, en los servicios DSL, el envío y recepción de datos se establece a través de un módem DSL. Estos datos pasan por un dispositivo, llamado *splitter*, que permite la provisión simultánea del STF y el SBAF.⁴³⁵

Cable coaxial

- (653) La conexión por cable coaxial utiliza la misma infraestructura que se utiliza para proveer el STAR. A través del mismo cable se transmiten ambos servicios y un aparato denominado *splitter* separa la señal del SBAF de la del STAR. El envío y recepción de datos se establece a través de un *cable módem*.⁴³⁶
- (654) Los cables coaxiales transportan los datos mediante señales eléctricas, con lo que son susceptibles a las interferencias electromagnéticas y a las atenuaciones de la señal producidas por pérdidas en el cable debido a su longitud. De ahí que requieran el uso de regeneradores o amplificadores en cada tramo de unas decenas o centenares de metros.
- (655) Los oferentes del SBAF pueden conformar una red híbrida de fibra óptica y cable coaxial (*Hybrid Fibre-Coaxial* o HFC, por sus siglas en inglés), en la cual se conecta

⁴³⁴ Por ejemplo, entre las tecnologías xDSL se encuentra la tecnología ADSL (del inglés *Adaptive Digital Subscriber Line*), cuya velocidad varía de 256 (doscientos cincuenta y seis) Kbps a 8 (ocho) Mbps; en el ADSL2 o ADSL2+ va desde 256 (doscientos cincuenta y seis) Kbps hasta 24 (veinticuatro) Mbps; en el VDSL (del inglés *Very high-data-rate Digital Subscriber Line*) puede llegar a una velocidad de 52 (cincuenta y dos) Mbps y en el VDSL2 hasta 100 (cien) Mbps. Con base en Sendín Escalona, Alberto, 2012. "Tecnologías de acceso para las ICTs. El instalador, los servicios y las redes", Pp. 116 y 117. Ediciones Experiencia,

⁴³⁵ Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 5376 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴³⁶ Un cable módem es un tipo especial de módem diseñado para modular la señal de datos sobre una infraestructura de televisión por cable. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 5376 del Expediente AI/DC-002-2019.

al usuario a un nodo zonal (repetidor), próximo a su hogar, a través de cable y los nodos zonales se conectan entre sí mediante fibra óptica.⁴³⁷

- (656) Las redes HFC se basan en los estándares DOCSIS o similares,⁴³⁸ y pueden alcanzar velocidades máximas de descarga que van de los 40 (cuarenta) Mbps hasta 10 (diez) Gbps.⁴³⁹

Fibra óptica

- (657) Las redes puras de fibra óptica se componen de cables de fibra óptica y sistemas de distribución ópticos adaptados a esta tecnología.
- (658) Esta tecnología permite enlaces de muchos kilómetros sin problemas de que la señal pierda potencia. Además, al transportar fotones de luz y no corrientes eléctricas, son inmunes a las interferencias electromagnéticas que sí sufren el resto de tecnologías basadas en cables de cobre.⁴⁴⁰ Esta tecnología es la que registra las ofertas comerciales con mayor velocidad de transmisión de datos, siendo de hasta 500 (quinientos) Mbps.

V.1.2.1.1.2. Características comerciales

- (659) Sin importar si el SBAF se provee a través de par de cobre, cable coaxial y fibra óptica, los usuarios deben de establecer una relación contractual con el concesionario proveedor del servicio, mediante la cual se comprometen a realizar un pago periódico, recibiendo a cambio, el acceso a la oferta comercial contratada.^{441,442}

⁴³⁷ A diferencia de la conexión FTTH (del inglés, *Fiber to the home*), donde la fibra óptica llega hasta el hogar. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5376 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴³⁸ Del inglés, Data Over Cable Service Interface Specification.

⁴³⁹ Por ejemplo, la tecnología DOCSIS 1.0, tiene velocidades máximas de bajada de 40 Mbit/s y de subida de 10 Mbit/s; DOCSIS 1.1, tiene velocidades máximas de bajada de 40 Mbit/s y de subida de 10 Mbit/s; DOCSIS 2.0, tiene velocidades máximas de bajada de 40 Mbit/s y de subida de 30 Mbit/s; DOCSIS 3.0, tiene velocidades máximas de bajada de 1.2 Gbit/s y de subida de 200 Mbit/s; DOCSIS 3.1, tiene velocidades máximas de bajada de 10 Gbit/s y de subida de 2 Gbit/s; DOCSIS 3.1 FULL DUPLEX tiene velocidades máximas de bajada de 10 Gbit/s y de subida de 10 Gbit/s. Fuentes: Castro Lechtaler, Antonio, 2016. "Comunicaciones una introducción a las redes digitales de transmisión de datos y señales síncronas". Alfaomega. Sendín Escalona, Alberto, 2012. "Tecnologías de acceso para las ICTs. El instalador, los servicios y las redes". Ediciones Experiencia.

⁴⁴⁰ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5376 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁴¹ Los oferentes del SBAF celebran contratos con los suscriptores para establecer las condiciones de provisión del servicio, entre ellas: un pago periódico, un plazo forzoso de contratación y penalizaciones en caso de una terminación anticipada de contrato. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 141, 217, 756, 4338, 5211, 5214 y 5376 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁴² Se advierte que los concesionarios proveedores del SBAF, en general, utilizan los mismos canales de comercialización para acceder a los usuarios, independientemente de la tecnología de transmisión que utilicen. Por ejemplo, cambaceo, módulos o puntos de venta, *telemarketing*, entre otros. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 69 y 3018 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- (660) Otra característica común de los proveedores del SBAF que utilizan par de cobre, cable coaxial o fibra óptica para proveer el servicio es que no suelen establecer límites de capacidad de descarga de datos.⁴⁴³
- (661) Adicionalmente, todos los proveedores del SBAF, independientemente del medio cableado que utilicen, ofrecen el servicio con diferentes velocidades de transferencia de datos y conforme se incrementa la velocidad de descarga, el precio mensual del servicio se incrementa. En la Tabla 31 se muestran los precios y las velocidades de transferencia de datos que ofrecen los proveedores del SBAF, de acuerdo con el medio alámbrico empleado para proveer el SBAF.

(espacio en blanco)

⁴⁴³ El SBAF provisto a través de tecnologías alámbricas no establece límites a la descarga de datos, a diferencia del SBAF provisto a través de tecnología satelital, LTE. Las ofertas del SBAF provistas a través de tecnología terrestre fija inalámbrica LTE, como las de IZZI Flex y Blue Telecom de GTV, Internet On Inalámbrico de DISH, e Internet en casa de AT&T y Telefónica, establecen "*políticas de uso justo*", en las cuales se establece un límite en la capacidad de transferencia de datos, y una vez que se supera este límite, la velocidad de transferencia de datos se reduce considerablemente. Por su parte, las ofertas comerciales del SBAF satelital establecen límites a la capacidad de descarga de datos. De acuerdo con información de las páginas de Internet, así como del RPC, Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 756 y 5239 a 5241 del Expediente AI/DC-002-2019.

Tabla 31. Precio mensual y velocidad de descarga ofrecida de las ofertas de *doble play* que incluyen SBAF y STF de Megacable, Telmex, Total Play, GTV y Twister.^{1a}

Ofertante del SBAF	Nombre del paquete	Precio mensual ^{1b}	Velocidad de descarga (Mbps)
Megacable	Ilimitado Plus + 5mbps	\$429.00	5
	Ilimitado Plus + 15 Mbps	\$479.00	15
	Ilimitado Plus + 20 Mbps	\$579.00	20
	Ilimitado Plus + 50 Mbps	\$679.00	50
	Ilimitado Plus + 100 Mbps	\$779.00	100
Telmex	Paquete 389	\$389.00	20
	Paquete 435	\$435.00	30
	Paquete 599	\$599.00	150
	Paquete 999	\$999.00	200
Total Play	Inicial <i>doble play</i>	\$489.00	20
	Diviértete <i>doble play</i>	\$549.00	40
	Diviértete + <i>doble play</i>	\$649.00	80
	Emociónate <i>doble play</i>	\$929.00	150
	Emociónate + <i>doble play</i>	\$1,179.00	250
	Sorpréndete <i>doble play</i>	\$1,429.00	350
	Sorpréndete + <i>doble play</i>	\$1,629.00	500
GTV	Wizz 10	\$220.00	10
	Wizzplus	\$320.00	20
	Izzi 50	\$550.00	50
	Izzi 100	\$800.00	100
Twister	Internet 10 Megas + Telefonía Fija	\$339.00	10
	Internet 20 Megas + Telefonía	\$389.00	20
	Internet 30 Megas + Telefonía	\$489.00	30

Notas:

^{1a} De acuerdo con Información de las ofertas con los siguientes números de inscripción en el RPC: 251532, 251564, 251586 y 214780 para Telmex; 228730, 228731, 228733, 228735, 228736, 228746 y 228756 para Total Play; 257116, 257118, 257119, 257123 y 257126 para Megacable; 233705, 235328, 231525 y 231526 para GTV (TV Cable de Oriente, S.A. de C.V.); así como 172186, 172188 y 172189 para Twister. Respecto al STF, las ofertas de Telmex, Megacable, GTV y Twister incluyen minutos ilimitados a números fijos locales, números móviles nacionales y números de larga distancia internacional. Por su parte, las ofertas de Total Play incluyen 2,000 (dos mil) llamadas a números fijos nacionales, 2,000 (dos mil) minutos de llamadas a teléfono móvil nacional y 2,000 (dos mil) minutos de llamadas de larga distancia internacional (Estados Unidos y Canadá).

^{1b} Los precios incluyen impuestos y aplican en uno o más municipios de la Operación. Tarifas vigentes durante dos mil diecinueve en al menos un municipio de la Operación.

Fuente: Elaboración propia a partir de información del buscador de tarifas del RPC.

(662) En relación con la calidad del servicio que perciben los usuarios del SBAF provisto a través de las diferentes tecnologías, la *Cuarta encuesta trimestral de 2018 a usuarios de servicios de telecomunicaciones*, calcula un índice de calidad percibida para el SBAF que toma en cuenta aspectos tales como interrupciones en el servicio, velocidad de carga y descarga de archivos, calidad en la reproducción de video, rendimiento del servicio durante horas pico, servicio a clientes, entre otros. La Tabla 32 muestra la calificación que otorgaron los usuarios a los proveedores del SBAF:

Tabla 32. Índice de calidad percibida del SBAF. Cuarto trimestre de 2018.

ETV (cable coaxial)	Megacable (cable coaxial)	Total Play (fibra óptica)	Axtel (fibra óptica)	Telmex (par de cobre y fibra óptica)	Calificación máxima	Calificación mínima	Diferencia en puntos porcentuales entre máximo y mínimo
71.2%	67.7%	73.3%	69.3%	72.5%	73.3%	67.7%	7.4%

Fuente: Elaboración propia con base en la Cuarta Encuesta Trimestral de 2018 a usuarios de servicios de telecomunicaciones, IFT. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5226 del Expediente AI/DC-002-2019.

- (663) De la tabla anterior se advierte que los usuarios no perciben diferencias significativas en la calidad del servicio provisto a través de las diferentes tecnologías de transmisión.

V.1.2.1.1.3. Aspectos Normativos

- (664) Al ser el SBAF un servicio de telecomunicaciones, sus oferentes requieren de una concesión única, de conformidad con lo establecido en los artículos 66 y 67, fracción I de la LFTyR, o en su caso, una autorización emitida por el Instituto en términos de lo dispuesto por los artículos 170, fracción I, 173 y 174 de la LFTyR que les permita comercializar el servicio. Asimismo, a fin de desplegar sus redes cableadas, deben cumplir con los requisitos que establecen los gobiernos estatales y municipales en materia de licencias, autorizaciones, permisos y pago de derechos de vía.

V.1.2.1.2. Sustitución por el lado de la demanda

- (665) Del análisis de las características antes mencionadas, es posible concluir que el SBAF provisto mediante fibra óptica, cable coaxial y par de cobre se consideran sustitutos desde la perspectiva del usuario final. Lo anterior, en virtud de las siguientes consideraciones:
- i. La evidencia señala que los usuarios del SBAF en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación consumen el servicio a través de diferentes tecnologías de transmisión alámbricas. Para el mes de junio de dos mil diecinueve los suscriptores del SBAF a quienes se provee el servicio vía cable coaxial representaron el 48.11%, los suscriptores de par de cobre representaron 28.65% y, por último, los suscriptores de fibra óptica representan el 23.23% del total de accesos, respectivamente.
 - ii. Los usuarios del SBAF usualmente no enfrentan límites a la capacidad de descarga de datos, independientemente de si el servicio es provisto a través de par de cobre, cable coaxial o fibra óptica.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- iii. Los usuarios del SBAF pueden contratar el servicio con diferentes velocidades de transferencia de datos, independientemente de la tecnología de transmisión. Además, conforme se incrementa la velocidad de descarga, se incrementa la renta mensual.
- iv. No se advierte que los usuarios perciban diferencias significativas en la calidad del servicio provisto a través de las diferentes tecnologías de transmisión.
- v. Los usuarios del SBAF deben establecer una relación contractual con el proveedor del servicio, mediante la cual se comprometen a realizar un pago periódico. A cambio, el oferente debe proveer los elementos técnicos necesarios para que el usuario se conecte a la RPT, sin importar la tecnología de transmisión utilizada.

V.1.2.1.3. Sustitución por el lado de la oferta

- (666) La sustitución por el lado de la oferta considera la posibilidad de que un agente económico que no provee el SBAF pueda, con costos no apreciables y en un periodo corto, ingresar al mercado a ofrecer el servicio a través de par de cobre, cable coaxial o fibra óptica. Al respecto, se considera que esta posibilidad es limitada, dados los costos y el tiempo que conlleva la canalización e instalación de redes cableadas, así como los requisitos normativos que establecen autoridades estatales y locales para desplegar infraestructura en la vía pública.⁴⁴⁴
- (667) Adicionalmente hay que considerar que los proveedores de servicios de telecomunicaciones en México enfrentan restricciones normativas para desplegar infraestructura. Al respecto, la OCDE señaló que el estado actual de la normatividad municipal en México ha provocado reglas y procedimientos heterogéneos entre municipios y estados,⁴⁴⁵ e incluso entre municipios de un mismo estado, lo cual genera un alto grado de incertidumbre jurídica y a su vez "(...) entorpece la capacidad de los operadores para tomar decisiones de inversión

⁴⁴⁴ De la información proporcionada por distintos proveedores del SBAF mediante redes cableadas, se confirma la necesidad de invertir grandes sumas de dinero para el continuo desarrollo de una RPT. Por ejemplo, en el periodo de dos mil quince a dos mil dieciocho Axtel, AMX, GTV, Megacable y Total Play invirtieron, de manera conjunta, más de [REDACTED] en despliegue, mantenimiento y modernización de sus RPT. Datos a nivel nacional por ser la mejor información disponible, de conformidad con el artículo 120 de la LFCE, Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 1004, 2513, 3013, 4013 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁴⁵ Conforme a la fracción III del artículo 105 de la CPEUM, los municipios tienen a su cargo las calles y áreas públicas (vía pública), la administración del desarrollo urbano y la zonificación, el control y vigilancia del uso de suelo, otorgar permisos de construcciones, entre otras. En ese sentido, los municipios cuentan con autonomía para regular aspectos específicos en el ámbito de las competencias antes referidas, incluidas las actividades relacionadas con el despliegue de infraestructura de telecomunicaciones.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

razonadas e informadas (...),⁴⁴⁶ De esta manera, para los oferentes del SBAF que requieran desplegar nueva infraestructura, esto podría configurar un cuello de botella.

- (668) Alternativamente, un agente económico que desee comenzar a proveer el SBAF podría recurrir a los servicios mayoristas de desagregación provistos por el AEP en el sector de telecomunicaciones;⁴⁴⁷ no obstante, se advierte que, en los últimos años, el uso de estos servicios por parte de los agentes económicos que proveen el SBAF ha sido poco significativo.⁴⁴⁸
- (669) De esta manera, desde la perspectiva de la oferta, se considera que un agente económico que desee comenzar a proveer el SBAF a través de par de cobre, cable coaxial o fibra óptica, incurriría en costos económicos y de tiempo apreciables que limitarían su capacidad de proveer el servicio en el corto plazo.
- (670) Finalmente, en virtud de lo señalado en las secciones "V.1.2.1.2. Sustitución por el lado de la demanda" y "V.1.2.1.3. Sustitución por el lado de la oferta" se concluye que, si bien la sustitución por el lado de la oferta enfrenta limitaciones, tomando en cuenta la sustitución por el lado de la demanda, la cual representa la vía más inmediata y eficaz para restringir el comportamiento de los suministradores de un determinado bien o servicio,⁴⁴⁹ se considera que los SBAF provistos a través de medios cableados (par de cobre, cable coaxial y fibra óptica) pertenecen al mismo mercado relevante.

⁴⁴⁶ OCDE (2017), "Estudio de la OCDE sobre telecomunicaciones y radiodifusión en México 2017", Éditions OCDE, París, Pp. 176-178. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 4824 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁴⁷ Tales como el SAIB, SPI y Servicio de Reventa de Internet (SRI).

⁴⁴⁸ De acuerdo con los Informes trimestrales del cumplimiento a las medidas y la regulación asimétrica impuestas al AEP en el sector de telecomunicaciones, durante el periodo de dos mil dieciséis a dos mil dieciocho se han realizado pocas solicitudes de SAIB, SRI y SRP: 6,085 (seis mil ochenta y cinco), 6,970 (seis mil novecientos setenta) y 6,818 (seis mil ochocientos dieciocho), respectivamente. Cabe señalar que cada solicitud está encausada a la provisión del servicio (STF o SBAF) a un solo suscriptor, por lo que las solicitudes por estos servicios representaron menos del 0.1% del total de suscriptores del SBAF a nivel nacional (dieciocho punto tres millones de suscriptores). Datos a nivel nacional por ser la mejor información disponible, de conformidad con el artículo 120 de la LFCE. De acuerdo con Información del RPC. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 757 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁴⁹ Así lo señala, por ejemplo, la Comisión Europea en la "COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN relativa a la definición de mercado de referencia a efectos de la normativa comunitaria en materia de competencia (97/C 372/03)": "(d) desde una perspectiva económica, para la definición de mercado de referencia, la sustituibilidad de la demanda es el medio más inmediato y eficaz de restringir el comportamiento de los suministradores de un determinado producto, especialmente por lo que se refiere a sus decisiones en materia de fijación de precios. Una empresa o un grupo de empresas no puede influir de manera significativa en las condiciones de venta reinantes, especialmente en el nivel de precios, si sus clientes pueden adquirir fácilmente productos sustitutos o recurrir a suministradores situados en otro lugar". Véase Creus, Antonio. 2006, "Código de Derecho de la competencia", p. 920, La Ley.

V.1.2.2. Sustitución entre el SBAF y el servicio de acceso a Internet de banda ancha móvil

- (671) A continuación, se analiza el SBAM con el fin de determinar si constituye un sustituto del SBAF. Para ello se presenta una breve descripción del servicio para después evaluar la sustitución por el lado de la demanda y de la oferta.

V.1.2.2.1. Descripción del servicio de acceso a Internet de banda ancha móvil

- (672) El SBAM es un servicio público de telecomunicaciones⁴⁵⁰ que se ofrece al amparo de un título de concesión o de una autorización emitidos por el Instituto.⁴⁵¹ El SBAM se caracteriza por proveer una conexión inalámbrica de alta capacidad a una RPT que permite el intercambio de información a través del protocolo IP,⁴⁵² de manera que los usuarios finales pueden acceder a contenidos, aplicaciones o servicios disponibles en Internet.⁴⁵³ El SBAM se brinda a través de equipos terminales móviles que no tienen una ubicación geográfica determinada.⁴⁵⁴
- (673) La provisión del SBAM se ha desarrollado mediante oleadas o generaciones tecnológicas, tales como 2G o GSM (*Global System for Mobile communications*), 2,5G o GPRS (*General Packet Radio Service*), 3G o UMTS (*Universal Mobile Telecommunications Service*), 4G o LTE (*Long Term Evolution*), etc., cada una de las cuales es más potente que las anteriores y ha permitido velocidades de transmisión más elevadas.⁴⁵⁵
- (674) El SBAM se provee bajo dos modalidades: prepago, en la que el usuario del SBAM paga por el servicio antes de utilizarlo (por ejemplo, al comprar fichas o realizar

⁴⁵⁰ Se requiere una RPT para proveer el SBAM y se presta al público en general con fines comerciales. Artículo 3, fracciones LVIII y LXV, de la LFTyR.

⁴⁵¹ Los proveedores del SBAM requieren de una concesión única de uso comercial, de conformidad con lo establecido en los artículos 66 y 67, fracción I, de la LFTyR, así como una concesión para el uso del espectro radioeléctrico de uso comercial, de conformidad con lo establecido en los artículos 75 y 76, fracción I, de la LFTyR. Cabe señalar que un agente económico puede comercializar el servicio sin tener el carácter de concesionario, al amparo de una autorización emitida por el Instituto en términos de lo dispuesto por los artículos 170, fracción I, 173 y 174 de la LFTyR.

⁴⁵² Del Inglés, *Internet Protocol*.

⁴⁵³ De acuerdo con el artículo 3, fracción XXXII, de la LFTyR, el Internet se define como el "(c)onjunto descentralizado de redes de telecomunicaciones en todo el mundo, interconectadas entre sí, que proporciona diversos servicios de comunicación y que utiliza protocolos y direccionamiento coordinados internacionalmente para el enrutamiento y procesamiento de los paquetes de datos de cada uno de los servicios. Estos protocolos y direccionamiento garantizan que las redes físicas que en conjunto componen Internet funcionen como una red lógica única".

⁴⁵⁴ Un equipo terminal móvil es un equipo que utiliza el usuario final para conectarse más allá del punto de conexión terminal de una red pública con el propósito de tener acceso y/o recibir uno o más servicios de telecomunicaciones, por ejemplo, teléfonos celulares inteligentes, tabletas, computadoras portátiles (o *laptops*), entre otros.

⁴⁵⁵ De acuerdo con Información del BIT, durante el mes de junio de dos mil diecinueve, 76.03% del tráfico de datos se hizo a través de la tecnología 4G, 23.77% a través de la tecnología 3G y 0.20% a través de tecnología 2G. Folios 1466 a 1470 y 1492 del Expediente.

recargas electrónicas que le permitan acceder al servicio), y postpago, cuando el usuario paga por los servicios después de utilizarlos (por ejemplo, cuando establece un contrato con el proveedor del servicio y paga una renta mensual por el mismo).⁴⁵⁶

- (675) Entre los principales oferentes del servicio se encuentran los siguientes concesionarios: Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V. (con el nombre comercial de Telcel), quien para el mes de junio de dos mil diecinueve agrupó el 70.06% de los accesos a Internet móvil; Pegaso PCS, S.A de C.V. (con el nombre comercial de Telefónica) que agrupa el 11.38%, y AT&T Comunicaciones Digitales, S. de R.L. de C.V. (con el nombre comercial de AT&T) con el 16.77%.⁴⁵⁷

V.1.2.2.2. *Sustitución por el lado de la demanda*

- (676) El SBAF se presta en una ubicación específica, mientras que el SBAM permite al usuario moverse en el área de cobertura del proveedor del servicio. Esta diferencia ocasiona que los usuarios del SBAF y el SBAM tomen en cuenta diferentes variables para evaluar la calidad de estos servicios. En el caso del SBAF, se toman en cuenta aspectos tales como la calidad de la reproducción de video, la velocidad de descarga de archivos o datos, la velocidad para cargar archivos o datos, el rendimiento en horas pico, mientras que en el caso del SBAM, estas variables no se toman en cuenta, pero sí, por ejemplo, la cobertura del servicio para el acceso a internet.⁴⁵⁸ Estas diferencias respecto a las características que resultan importantes para los usuarios son un indicio de que el SBAM y SBAF no pertenecen al mismo mercado relevante.
- (677) Las ofertas comerciales del SBAF a través de medios cableados no establecen límites a la capacidad de transferir datos.⁴⁵⁹ En contraste, la mayoría de las ofertas comerciales del SBAM, tanto en modalidad prepago como postpago, establecen límites en la capacidad de transferir datos.⁴⁶⁰ La limitación en la cantidad de datos

⁴⁵⁶ De acuerdo con información del BIT, al mes de junio de dos mil diecinueve, el 72.56% de las líneas a través de las que se accede al SBAM lo hacían mediante el sistema de prepago, mientras que el 27.44% accedían al servicio bajo el sistema de postpago. Fojas 1466 a 1470 y 1492 del Expediente.

⁴⁵⁷ Además, existen diversos operadores móviles virtuales, tales como Freedom, Oul, Virgin Mobile, Gbo Cel, Weex, Flash Mobile, Maxcom, Bueno Cell, Megacable-MCM, Simpati, Cierito, Maz Tiempo, Neus Mobile, Her Mobile, Simplii, Toka Movil, Six Movil y Atribus, quienes de manera conjunta tienen una participación de 1.79%. Información de acuerdo con información del BIT. Fojas 1466 a 1470 y 1492 del Expediente.

⁴⁵⁸ De acuerdo con la Cuarta encuesta 2018, Usuarios de servicios de telecomunicaciones. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5226 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁵⁹ Por ejemplo, véase las ofertas con números de inscripción siguientes: 164903, 147482, 164915 y 214780 de Telmex; 228730, 228731, 228733, 228735, 228736, 228746 y 228756 de Total Play, así como 257116, 257118, 257119, 257123 y 257126 de Megacable.

⁴⁶⁰ De conformidad con el *Reporte de información comparable de planes y tarifas de servicios de telecomunicaciones móviles 2019*, pp. 11, 12, 25 y 32, el 98% de los planes de postpago acota los MB incluidos en el plan (dicho reporte analiza 55 (cincuenta y cinco) planes de postpago de AT&T, Movistar y Telcel). Estos planes de postpago establecen límites en la capacidad de descarga de datos que se encuentran entre los 1000 (mil) MB

que puede transferir un usuario del SBAM restringe el tipo de servicios que puede utilizar en Internet y/o la intensidad con la que puede disfrutarlos.

- (678) En la Tabla 33 se muestra, a manera de ejemplo, el número de horas de contenidos audiovisuales que los usuarios del SBAM y del SBAF podrían disfrutar en Netflix. El ejercicio considera distintos niveles de calidad del video, ya que esta afecta el consumo de datos.⁴⁶¹

Tabla 33. Consumo máximo de horas de video de usuarios del SBAF y el SBAM, de acuerdo con la calidad de video elegida.

Calidad de video	Consumo de datos por hora de acuerdo con la calidad del video ^{1a}	Máximo consumo de horas de video en Netflix de acuerdo con la calidad del video	
		SBAM ^b	SBAF ^c
Baja	300 MB	37.5	Ilimitado
Medio	700 MB	16.1	Ilimitado
Alta (HD)	3,000 MB	3.8	Ilimitado
Alta (Ultra HD)	7,000 MB	1.6	Ilimitado

Notas:

^{1a} Consumo de datos de acuerdo con la página de Internet de Netflix.

^b Para el caso del SBAM, se considera la oferta del SBAM de Pégaso PCS, S.A de C.V. (Telefónica) de \$369 (trescientos sesenta y nueve pesos 00/100 M.N.) que incluye 8,192 (ocho mil ciento noventa y dos) MB, además de MB ilimitados a WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat y Uber, además de incluir 3,072 (tres mil setenta y dos) MB para navegación en Netflix y YouTube en México. Por lo anterior, se considera un total de 11,264 (once mil doscientos sesenta y cuatro) MB. Tarifa con número de inscripción 230887.

^c Para el caso del SBAF se considera la oferta comercial de Telmex de \$349 (trescientos cuarenta y nueve pesos 00/100 M.N.), con una velocidad de 20 (veinte) MB. Tarifa con número de inscripción 214293.

Fuente: Elaboración propia a partir de información del buscador de tarifas del RPC e información de la página de Internet de Netflix. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4585 del Expediente AI/DC-002-2019.

- (679) De acuerdo con la tabla anterior, en el extremo, el SBAF permitiría al usuario ver una cantidad ilimitada de películas y series de televisión con definición *Ultra HD*, mientras que, con el SBAM, por un precio similar, el usuario únicamente podría ver 1.6 (uno punto seis) horas de este tipo de contenidos. Estas limitaciones en la capacidad de datos que se pueden transferir con el SBAM son un indicio de que este último no es un sustituto del SBAF.
- (680) Además, la evidencia señala que los usuarios utilizan el SBAF y SBAM con diferentes fines, por ejemplo, la proporción de usuarios que utiliza el Internet con fines de entretenimiento (tales como ver películas y series, juegos, o acceder a contenidos

y los 81,920 (ochenta y un mil novecientos veinte) MB. Por su parte, las ofertas de prepago establecen un costo por MB, el cual puede ser de entre \$0.70 (cero pesos con 70/100 M.N.) y \$1.00 (un peso con 00/100 M.N.), o bien, algunas recargas del sistema de prepago pueden incluir una cantidad limitada de MB. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5226 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁶¹ En su página de Internet Netflix señala que "ofrece cuatro opciones de configuración de uso de los datos: Baja: 0,3 GB por hora y por dispositivo; Mediana: SD: 0,7 GB por hora y por dispositivo; Alta: la mejor calidad de video; hasta 3 GB por hora por dispositivo para HD y 7 GB por hora por dispositivo para Ultra H; Automática: se ajusta automáticamente para ofrecer la mayor calidad posible en función de la velocidad de conexión a Internet." Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4585 del Expediente AI/DC-002-2019.

de audio), es mayor en el SBAF que en el SBAM, en contraste el SBAM se utiliza principalmente con fines de comunicación.⁴⁶²

- (681) Adicionalmente, los patrones de consumo indican que el SBAM se consume de manera complementaria al SBAF. De acuerdo con información de la ENDUTIH 2018, se advierte que, en las ciudades de Guadalajara, León, Puebla, Querétaro y Toluca, 86.37% de los hogares que cuentan con una conexión a internet móvil también tienen acceso a una conexión a internet fija.⁴⁶³ Lo anterior es un indicio de que el SBAM no es un servicio sustituto del SBAF, sino un servicio complementario.
- (682) Así, se concluye que, desde la perspectiva de la demanda, el SBAM y el SBAF no se consideran sustitutos, ya que se trata de servicios que, por sus características, corresponden a mercados distintos.

V.1.2.2.3. Sustitución por el lado de la oferta

- (683) La sustitución por el lado de la oferta considera la posibilidad de que empresas que ofrecen el SBAM, ante un incremento en el precio del SBAF, puedan empezar a proveer este servicio, con la tecnología disponible, con costos no apreciables, y en un periodo corto. Esta posibilidad de sustitución es limitada debido a los costos que involucra.
- (684) Un oferente del SBAM que pretenda comenzar a ofrecer el SBAF debe desplegar una RPT cableada (usando par de cobre, cable y/o fibra óptica), lo cual toma tiempo y recursos financieros considerables.⁴⁶⁴ Asimismo, existen restricciones normativas a nivel local que podrían configurar cuellos de botella que retrasen y

⁴⁶² Véase Tercera encuesta 2018, Usuarios de servicios de telecomunicaciones, pp.17-20 y 34-38, Foljas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5226 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁶³ Cabe señalar que, en las mediciones de la ENDUTIH 2018, los municipios del Estado de México de Toluca, Metepec, Lerma, San Mateo Atenco y Zincantepec se encuentran contenidos en la ciudad de Toluca; los municipios de Guadalajara, San Pedro Tlaquepaque y Tonalá del estado de Jalisco están contenidos en la ciudad de Guadalajara; el municipio de León, Guanajuato, se incluye en la Ciudad de León; los municipios de Cuautlancingo, Puebla, San Andrés Cholula y San Pedro Cholula se encuentran contenidos en la ciudad de Puebla, y los municipios de Corregidora, Querétaro y El Marqués, del estado de Querétaro se encuentran contenidos en la ciudad de Querétaro. Fuente: ENDUTIH 2018, "Sección IV. Equipamiento de tecnologías de la Información y comunicación (TIC) en el hogar". Foljas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5015 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁶⁴ De la información proporcionada por distintos proveedores del SBAF que ofrecen el servicio a través de redes cableadas, se confirma la necesidad de invertir grandes sumas de dinero para el continuo desarrollo de una RPT. Por ejemplo, en el periodo de dos mil quince a dos mil dieciocho Axtel, AMX, GTV, Megacable y Total Play invirtieron, de manera conjunta, más de [REDACTED] en despliegue, mantenimiento y modernización de sus RPT. Datos a nivel nacional, por ser la mejor información disponible, de conformidad con el artículo 120 de la LFCE, Foljas 1827 a 1834 del Expediente. Foljas 1004, 2513, 3013, 4013 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

eleven el costo de las inversiones necesarias para que los oferentes del SBAM puedan desplegar la infraestructura requerida para proveer el SBAF.⁴⁶⁵

- (685) Lo anterior, disminuye la capacidad de ejercer una presión competitiva de los oferentes del SBAM sobre los actuales oferentes del SBAF.
- (686) Alternativamente, un operador podría recurrir a los servicios mayoristas de desagregación provistos por el AEP en el sector de telecomunicaciones,⁴⁶⁶ no obstante, se advierte que, en los últimos años, el uso de estos servicios por parte de los agentes económicos que proveen el SBAF ha sido poco significativo.⁴⁶⁷
- (687) En conclusión, tanto desde la perspectiva de la demanda como de la oferta, se tienen elementos suficientes para concluir que el SBAM no es sustituto del SBAF.

V.1.2.3. Sustitución entre el SBAF y el servicio acceso de Internet dedicado

- (688) A continuación, se analiza el servicio de acceso a Internet dedicado con el fin de determinar si constituye un sustituto viable del SBAF. Para llevar a cabo esta evaluación se presenta una breve descripción del servicio y posteriormente se evalúan sus características. El análisis de sustitución se lleva a cabo tanto por el lado de la demanda como de la oferta.

V.1.2.3.1. Descripción del servicio de acceso a Internet dedicado

- (689) El servicio de acceso a Internet dedicado es un servicio público de telecomunicaciones,⁴⁶⁸ ofrecido al amparo de una concesión única o de una autorización,⁴⁶⁹ que se caracteriza por otorgar un acceso dedicado, simétrico, sin

⁴⁶⁵ Los proveedores del SBAF necesitan obtener permisos y licencias para la realización de obra civil, el uso de los derechos de vía y la instalación de diversos elementos de infraestructura (por ejemplo, postes, ductos, cableado subterráneo y aéreo, entre otros). Al respecto, la OCDE señaló que el estado actual de la normatividad municipal en México ha provocado reglas y procedimientos heterogéneos entre municipios y estados, e incluso entre municipios de un mismo estado, lo cual genera un alto grado de incertidumbre jurídica y a su vez "[...] entorpece la capacidad de los operadores para tomar decisiones de inversión razonadas e informadas. OCDE (2017). Estudio de la OCDE sobre telecomunicaciones y radiodifusión en México 2017. Edición OCDE, París. Págs. 176-178. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264280656-es>. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4824 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁶⁶ Tales como el SAIB, SRI y el SRP.

⁴⁶⁷ De acuerdo con los informes trimestrales del cumplimiento a las medidas y la regulación asimétrica Impuestas al AEP en el sector de telecomunicaciones, durante el periodo de dos mil dieciséis a dos mil dieciocho se han realizado pocas solicitudes de SAIB, SRI y SRP: 6,085 (seis mil ochenta y cinco), 6,970 (seis mil novecientos setenta) y 6,818 (seis mil ochocientos dieciocho), respectivamente. Cabe señalar que cada solicitud está encausada a la provisión del servicio (STF o SBAF) a un solo suscriptor, por lo que las solicitudes por estos servicios representaron menos del 0.1% del total de suscriptores del SBAF a nivel nacional (dieciocho punto tres millones de suscriptores). Datos a nivel nacional por ser la mejor información disponible, de conformidad con el artículo 120 de la LFCE. De acuerdo con Información del RPC, Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 757 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁶⁸ Se requiere una RPT para proveerlo y se presta al público en general con fines comerciales. Artículo 3, fracciones LVIII y LXV, de la LFTyR.

⁴⁶⁹ Los oferentes del servicio de Internet dedicado, independientemente del medio de transmisión que utilicen, requieren de una concesión única, de conformidad con lo establecido en los artículos 66 y 67, fracción II, de la



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

sobresuscripción y de alta capacidad a la red mundial de internet, así como por garantizar niveles de servicio usualmente cuantificables y atención técnica especializada.⁴⁷⁰

- (690) El servicio de acceso a internet dedicado provee una conexión directa a la red mundial de internet a través de puertos dedicados. El cliente accede a internet por medio de un enlace dedicado de última milla que conecta el equipo de ruteo en el sitio del cliente con un punto de presencia del proveedor. De ahí, el oferente del servicio administra el tráfico del cliente, de forma que se mantengan la capacidad, la velocidad y los niveles de servicio contratados por el usuario final, hasta llegar a las conexiones directas con la red mundial de Internet.⁴⁷¹
- (691) Los usuarios del servicio de acceso a internet dedicado son empresas, corporativos y organismos públicos que requieren de una conexión a internet con un ancho de banda exclusivo, confiable y de alta capacidad. Estos usuarios suelen contar con un nivel mínimo de conocimiento técnico para adquirir el servicio, ya que negocian directamente con los oferentes la capacidad y el nivel de calidad del servicio que requieren para el acceso a internet, mediante contratos que especifican los niveles de servicio, las tarifas y los posibles descuentos.⁴⁷²
- (692) El servicio de acceso a internet dedicado puede ser demandado junto con otros servicios de telecomunicaciones, u otro tipo de servicios, tales como tecnologías de la información, soluciones de redes, soluciones de seguridad, asesoramiento, provisión de dominios fijos, mantenimiento de equipo, monitoreo, entre otros.⁴⁷³

LFTyR. Por su parte, los concesionarios que prestan el servicio de internet dedicado vía microondas requieren una concesión para el uso del espectro radioeléctrico, de conformidad con lo establecido en los artículos 75 y 76, fracción I, de la LFTyR. En el caso de los oferentes del servicio de internet dedicado vía satélite, estos no adquieren una concesión de espectro radioeléctrico para la prestación del servicio, sino que deben contratar con un tercero los recursos orbitales que requieran y, en su caso, una autorización para instalar, operar o explotar estaciones terrenas para transmitir señales satelitales o explotar los derechos de emisión y recepción de señales y bandas de frecuencias asociados a sistemas satelitales extranjeros que cubran y puedan prestar servicios en el territorio nacional, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 170, fracción II y IV de la LFTyR. Asimismo, un autorizado puede comercializar el servicio sin tener el carácter de concesionario, al amparo de una autorización emitida por el Instituto en términos de lo dispuesto por los artículos 170, fracción I, 173 y 174 de la LFTyR.

⁴⁷⁰ Fojas 1392 a 1394 del Expediente, Fojas 321, 3223 a 3229, 3258, 3267, 3285 a 3385, 3513 a 3517, 3557, 3558, 3691, 3692 a 3695, 3716, 3756, 5024, 5025, 5028, 5031, 5084, 5481 a 5524, 5842, 5847, 6319, 6325, 6454, 6459, 6580 a 6646, 6851, 6863, 7710 y 7716 a 7736 del Expediente AI/DC-003-2018.

⁴⁷¹ Fojas 1392 a 1394 del Expediente. Descripciónes del servicio y contratos provistos por los oferentes del servicio, Fojas 321, 3223 a 3231, 3258, 3267, 3285 a 3385, 3513 a 3517, 3557, 3558, 3691, 3692 a 3698, 3716, 3756, 5024, 5025, 5028, 5031, 5084, 5481 a 5524, 5842, 5847, 6454, 6459, 6580 a 6646, 6851, 6883, 7710 y 7716 a 7736 del Expediente AI/DC-003-2018.

⁴⁷² Facturas y contratos provistos por los oferentes del servicio, Fojas 1392 a 1394 del Expediente. Fojas 321, 3258, 3267 a 3385, 3557 a 3558, 3715, 3716, 3756, 4043, 4066, 5031, 5084, 5470 a 5524, 5842, 5847, 6454, 6459, 6580 a 6646, 6666 a 6667, 6851, 6863, 7710 y 7716 a 7736 del Expediente AI/DC-003-2018.

⁴⁷³ Información de GTV y contratos provistos por los oferentes del servicio, Fojas 1392 a 1394 del Expediente. Fojas 321, 3258, 3267, 3285 a 3385, 3557, 3558, 3692 a 3695, 3716, 3756, 5031, 5084, 5481 a 5524, 5842, 5847, 6454, 6459, 6566, 6567, 6580 a 6646, 6851, 6863, 7710 y 7716 a 7736 del Expediente AI/DC-003-2018.

V.1.2.3.2. Sustitución por el lado de la demanda

- (693) El público objetivo al que están dirigidos el servicio de acceso a Internet dedicado y el SBAF son diferentes. El servicio de acceso a Internet dedicado atiende a empresas, corporativos y organismos públicos, los cuales requieren que se garanticen los tiempos de respuesta ante fallas en el servicio, así como la capacidad y la calidad de la conexión,⁴⁷⁴ mientras el SBAF está dirigido a usuarios residenciales y micro negocios que requieren una conexión a la red mundial de Internet con fines, primordialmente, de comunicación (envío de mensajes instantáneos, uso de e-mail o correo electrónico) y de entretenimiento (tales como hacer uso de redes sociales, ver videos cortos, acceder a contenidos de audio, entre otros).⁴⁷⁵
- (694) Además, el precio implícito mensual por Mbps promedio es significativamente mayor para el servicio de acceso a Internet dedicado en comparación con el SBAF. En promedio, el precio implícito mensual por Mbps del servicio de acceso a Internet dedicado fue 14 (catorce) veces mayor al del SBAF.⁴⁷⁶ Por lo que un usuario del SBAF que enfrente un incremento en el precio de entre 5% y 10%, difícilmente podría sustituirlo con la contratación del servicio de acceso a Internet dedicado.
- (695) Por lo anterior, no es posible determinar que el servicio de acceso a Internet dedicado resulte una alternativa viable para los usuarios del SBAF si eventualmente su precio aumentara, ya que se trata de servicios con características diferentes.

⁴⁷⁴ De acuerdo con diversos contratos servicio de acceso a Internet dedicado, contratos de adhesión y términos y condiciones del SBAF, así como ofertas comerciales de los principales proveedores del SBAF y del servicio de acceso a Internet dedicado, se advierte que los contratos de los oferentes del servicio de acceso a Internet dedicado incluyen cláusulas con niveles de servicio (disponibilidad, pérdida de paquetes, latencia, tiempos promedio de reparación, entre otros); en contraste, el SBAF incluye un desistimiento, advirtiendo que las velocidades de conexión dependen de diversos factores (capacidad de los equipos del cliente, saturación de la red, interferencias, ubicación y entorno del cliente, entre otros), por lo que la velocidad de la conexión a Internet no corresponde en todo momento a la contratada. Fojas 1392 a 1394 del Expediente. Fojas 321, 3258, 3267, 3285 a 3385, 3557, 3558, 3716, 3756, 5031, 5084, 5481 a 5524, 5842, 5847, 6454, 6459, 6580 a 6646, 6851, 6863, 7301, 7303, 7648 a 7659, 7664 a 7669, 7672 a 7682, 7710 y 7716 a 7736 del Expediente AI/DC-003-2018.

⁴⁷⁵ De acuerdo con la Tercera Encuesta 2018, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones del IFT, otros usos mencionados por los usuarios encuestados fueron compras por Internet y transacciones bancarias. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5226 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁷⁶ De acuerdo con información de ingresos y número de accesos en términos de 2 (dos) Mbps o por velocidad anunciada proporcionada por [REDACTED] considerando información para el período dos mil dieciséis al primer trimestre de dos mil dieciocho. Los precios implícitos mensuales por Mbps promedio se obtuvieron de dividir el ingreso mensual entre el número de accesos del SBAF y del servicio de acceso a Internet dedicado, en términos de 2 (dos) Mbps, y el resultado entre 2 (dos) Mbps. Fojas 1392 a 1394 del Expediente. Fojas 217, 321, 3520, 3523, 3553, 3257 a 3259, 3702, 3710, 3756, 4792, 5058, 5084, 5462, 5466, 5851, 5978 a 5980, 6005, 6009, 6010, 6073, 6089, 6188, 6204, 6507, 6445 a 6453, 6459, 6917, 6918, 6920, 7142, 7143, 7157, 7798, 7799, 7810, 7818, 7872 a 7875, 7883, 8737, 8738 y 8471 del Expediente AI/DC-003-2018.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

V.1.2.3.3. *Sustitución por el lado de la oferta*

- (696) Un proveedor del servicio de acceso a Internet dedicado que, ante un incremento en el precio del SBAF del 5% a 10%, pretenda comenzar a ofrecer el SBAF a través de su RPT, enfrentaría restricciones económicas y legales que limitarían su capacidad de proveer el servicio en el corto plazo.
- (697) Lo anterior, toda vez que un proveedor del servicio de Internet dedicado se focaliza en atender a pocos clientes del segmento empresarial y de gobierno, a los cuales provee el servicio a través de un enlace dedicado de última milla, mientras que para proveer el SBAF tendría que incrementar la capilaridad de su red de acceso cableada para poder llegar al segmento masivo compuesto por clientes residenciales y de micro-negocios, lo cual toma tiempo y recursos financieros considerables.⁴⁷⁷
- (698) Alternativamente, un proveedor del servicio de acceso a Internet dedicado podría recurrir a los servicios mayoristas de desagregación provistos por el AEP en el sector de telecomunicaciones;⁴⁷⁸ no obstante, se advierte que, en los últimos años, el uso de estos servicios por parte de los agentes económicos que proveen el SBAF ha sido poco significativo.⁴⁷⁹
- (699) En conclusión, tanto desde la perspectiva de la demanda como de la oferta se tienen elementos suficientes para concluir que el servicio de acceso a Internet dedicado no pertenece al mismo mercado relevante que el SBAF.

V.1.2.4. *Sustitución entre las distintas modalidades de provisión del SBAF: *single play*, *doble play* y *triple play**

- (700) En esta sección se analiza si el SBAF comercializado de manera empaquetada con otros servicios de telecomunicaciones —como STAR y/o el STF— en ofertas conocidas como *doble play* y *triple play*, constituyen mercados relevantes en sí mismos o si, por el contrario, el conjunto de ofertas comerciales que incluyen al

⁴⁷⁷ De la información proporcionada por distintos proveedores del SBAF que ofrecen el servicio a través de redes cableadas, se confirma la necesidad de invertir grandes sumas de dinero para el continuo desarrollo de una RPT. Por ejemplo, en el periodo de dos mil quinientos a dos mil dieciocho Axtel, AMX, GTV, Megacable y Total Play invirtieron, de manera conjunta, más de [REDACTED] en despliegue, mantenimiento y modernización de sus RPT. Datos a nivel nacional por ser la mejor información disponible, de conformidad con el artículo 120 de la LFCE, Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 1004, 2513, 3013, 4013 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁷⁸ Tales como el SAIB, el SRI y el SRP.

⁴⁷⁹ A pesar de que las solicitudes para dichos servicios han crecido considerablemente, es necesario señalar que no son representativas. Durante el periodo de dos mil dieciséis a dos mil dieciocho se han realizado pocas solicitudes de SAIB, SRI y SRP: 6085 (seis mil ochenta y cinco), 6970 (seis mil novecientos setenta) y 6818 (seis mil ochocientos dieciocho), respectivamente. Cabe señalar que cada solicitud está encausada a la provisión del servicio (STF o SBAF) a un solo suscriptor. De acuerdo con información del RPC, Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 757 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

SBAF, independientemente de si se vende solo o empaquetado, forman parte del mismo mercado relevante.

- (701) El SBAF se comercializa solo o en forma empaquetada con el STAR y/o el STF. El *single play* se refiere a la venta del SBAF de manera individual. Por su parte, el *doble play* se refiere al empaquetamiento del SBAF con el STAR o el STF (SBAF+STAR y SBAF+STF). En tanto, el *triple play* se refiere al empaquetamiento de los tres servicios (SBAF, STAR y STF).
- (702) A continuación, se presenta un análisis, tanto desde la perspectiva de la demanda como de la oferta.

V.1.2.4.1. Sustitución por el lado de la demanda

- (703) El análisis desde la perspectiva de la demanda, considera las preferencias de los consumidores respecto a la adquisición del SBAF de forma individual o empaquetada. La Tabla 34 muestra información sobre los porcentajes de consumo de los usuarios del SBAF por modalidad de provisión en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación.

(espacio en blanco)

Tabla 34. Estimación del consumo del SBAF de manera Individual (*single play*) y empaquetado (*doble y triple play*), en términos de suscriptores, en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación, Marzo de 2019.^{1a}

No.	Estado	Municipio	Single play	Doble play		Triple play
			SBAF	SBAF + STAR	SBAF + STF	SBAF + STAR + STF
1	Estado de México	Lerma	3.45%	8.28%	59.07%	29.21%
2	Estado de México	Metepéc	3.57%	11.03%	49.25%	36.15%
3	Estado de México	San Mateo Atenco	5.48%	18.49%	40.52%	35.51%
4	Estado de México	Toluca	3.50%	11.44%	51.07%	33.99%
5	Estado de México	Zinacantepec	5.38%	11.27%	48.07%	35.28%
6	Guanajuato	León	5.05%	16.22%	42.21%	36.53%
7	Jalisco	Guadalajara	4.94%	8.37%	57.34%	29.36%
8	Jalisco	San Pedro Tlaquepaque	5.90%	9.85%	51.33%	32.91%
9	Jalisco	Tonalá	6.42%	12.67%	39.91%	41.00%
10	Puebla	Cuautlancingo	7.13%	12.70%	42.64%	37.53%
11	Puebla	Puebla	5.90%	7.76%	53.49%	32.86%
12	Puebla	San Andrés Cholula	5.03%	7.36%	56.60%	31.01%
13	Puebla	San Pedro Cholula	4.34%	3.93%	72.57%	19.16%
14	Querétaro	Corregidora	1.54%	9.71%	30.49%	58.25%
15	Querétaro	El Marqués	1.41%	20.35%	14.71%	63.52%
16	Querétaro	Querétaro	1.97%	10.64%	36.78%	50.61%
		Agregado	4.51%	10.57%	48.07%	36.85%

Nota:

^{1a} Al ser elaborada con base en información proporcionada por los oferentes del SBAF, en esta tabla no se toma en cuenta los posibles paquetes sintéticos que los usuarios podrían conformar a partir de la combinación de ofertas *single play* y *doble play*.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

- (704) De la Tabla 34 se desprende que, en el agregado, el SBAF se consume, principalmente, en la modalidad de *doble play*, conformada por SBAF+STF, la cual representa 48.07% de los suscriptores, seguida de la modalidad de *triple play* que representa el 36.85% de los suscriptores. En tanto, el SBAF en las modalidades de *single play* y del *doble play* constituido por SBAF+STAR se consumen en menor medida: 4.51% y 10.57%, respectivamente.
- (705) No obstante lo anterior, al considerar la evolución de los patrones de consumo del SBAF por modalidad de provisión en los municipios de la Operación, se observa que la contratación del SBAF en *doble play* (SBAF+STF) ha registrado una reducción importante en el periodo de dos mil catorce a dos mil dieciocho (pasó de 62.28% a 48.07%), mientras que la contratación del SBAF en *triple play* y *single play* aumentaron en el mismo periodo (de 20.89% a 36.85% en el caso del *triple play*, y

de 4,14% a 4,51% en el caso de *single play*).⁴⁸⁰ Dado lo anterior, es difícil prever que el consumo del SBAF se vaya a concentrar en una sola modalidad de empaquetamiento en el futuro cercano.

- (706) En la tabla siguiente se muestra el número de proveedores que registran suscriptores en cada modalidad de empaquetamiento, en cada uno de los 16 (dieciséis) municipios de la Operación.

Tabla 35. Número de proveedores que registran suscriptores del SBAF en *single play*, *doble play* y *triple play*, en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación. Marzo de 2019.

No	Estado	Municipio	Single play			Doble play			Triple play
			STAR	SBAF	STF	STAR+ SBAF	STF + STAR	STF + SBAF	STF + STAR + SBAF
1	Estado de México (5)	Lerma	4	3	4	2	1	4	3
2		Metepiec	5	4	4	3	2	4	3
3		San Mateo Atenco	4	4	3	1	1	4	2
4		Toluca	6	5	4	4	2	5	4
5		Zinacantepec	4	3	3	1	1	4	2
6	Guajuato (1)	León	5	4	4	3	2	4	4
7	Jalisco (3)	Guadalajara	5	4	4	3	2	4	3
8		San Pedro Tlaquepaque	4	3	4	3	1	4	3
9		Tonalá	4	4	3	3	2	4	3
10	Puebla (4)	Cuatlaningo	4	3	3	1	1	4	2
11		Puebla	5	4	4	3	2	4	3
12		San Andrés Cholula	4	4	3	3	1	4	3
13		San Pedro Cholula	4	4	3	2	2	4	2
14	Querétaro (3)	Corregidora	4	4	3	3	2	4	3
15		El Marqués	4	3	4	2	1	4	2
16		Querétaro	5	5	5	4	3	5	4

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

- (707) De acuerdo con la Tabla 35, en todos los municipios de la Operación, existen proveedores que registran suscriptores en todas las modalidades de empaquetamiento.

- (708) Lo anterior sugiere que un usuario que desee sustituir un paquete de *doble play* o *triple play* que incluya el SBAF tiene a su disposición ofertas de *single play* y *doble*

⁴⁸⁰ De acuerdo con información proporcionada por los oferentes del servicio. Elaboración propia con base en las Fojas 1827 a 1834 del Expediente, así como señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019".



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

play del SBAF, el STAR y el STF que le permitirían combinarlas para que él mismo configure su propio paquete (también denominado, *paquete sintético*).

- (709) En este sentido, de acuerdo con información de la ENDUTIH 2018, se advierte que 17.47% de los hogares que contratan el SBAF en las ciudades de Guadalajara, León, Puebla, Querétaro y Toluca (en las cuales se encuentran los 16 –dieciséis– municipios de la Operación) lo hacen a través de empaquetamiento sintético.⁴⁸¹ En particular, se destaca el interés del consumidor por adquirir un *dobles play* (SBAF+STF) al que agregan un *single play* del STAR, conformando un *triple play* sintético.
- (710) Por tanto, de acuerdo con la información disponible de los patrones de consumo de los usuarios del SBAF, se advierte que hay cierta rivalidad entre las ofertas de *single play*, *dobles play* y *triple play* que incluyen el SBAF, de tal modo que no se puede definir una frontera clara entre los paquetes.
- (711) Considerando que el objetivo de la definición producto del mercado relevante está ligado a evaluar la existencia de condiciones de competencia efectiva, se considera adecuado determinar que el SBAF en cualquier modalidad de contratación (*single*, *dobles* y *triple play*) constituye un mismo mercado relevante. Es decir, se considera que todas las ofertas comerciales del SBAF, SBAF+STF, SBAF+STAR y SBAF+STF+STAR forman parte del mismo mercado relevante.
- (712) Lo anterior en virtud de que en los municipios de la Operación se advierte lo siguiente: i) la mayoría de los oferentes ponen a disposición de los usuarios del SBAF ofertas en las que venden el SBAF, el STAR y el STF en la modalidad de *single play*, *dobles play* y *triple play*, de manera que los usuarios pueden contratar el SBAF por separado o en paquete; ii) los usuarios adquieren el SBAF a través de las diferentes modalidades (*single play*, *dobles play* y *triple play*) y los patrones de consumo han mostrado un dinamismo importante, y iii) existe evidencia de que, de hecho, los usuarios adquieren el SBAF mediante la configuración de paquetes sintéticos (combinando ofertas de *single play* y *dobles play*). Todo lo anterior es evidencia de que los diferentes paquetes que incluyen el SBAF se ejercen mutuamente presión competitiva.

⁴⁸¹ De los seis millones de hogares que cuentan con SBAF en dichas ciudades, 11.91% contrata el SBAF mediante el paquete sintético formado por (STAR)+(SBAF+STF); 1.70% contrata (STAR)+(SBAF); 1.39% contrata (STF)+(STAR+ SBAF); 0.71% contrata (STAR)+(SBAF)+(STF); 0.70% contrata (SBAF)+(STF); y 1.06% otras combinaciones que incluyen el SBAF. Se aclara que, en las mediciones de la ENDUTIH 2018, los municipios de Toluca, Metepec, Lerma, San Mateo Atenco y Zinacantan del Estado de México se encuentran contenidos en la ciudad de Toluca; los municipios de Guadalajara, San Pedro Tlaquepaque y Tonalá del estado de Jalisco están contenidos en la ciudad de Guadalajara; el municipio de León, Guanajuato, se incluye en la Ciudad de León; los municipios de Cuautlancingo, Puebla, San Andrés Cholula y San Pedro Cholula se encuentran contenidos en la ciudad de Puebla, y los municipios de Corregidora, Querétaro y El Marqués, del estado de Querétaro se encuentran contenidos en la ciudad de Querétaro. Fuente: ENDUTIH 2018. "Sección IV. Equipamiento de tecnologías de la información y comunicación (TIC) en el hogar". Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5015 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

V.1.2.4.2. Sustitución por el lado de la oferta

- (713) Desde el punto de vista de la oferta, se debe evaluar si un oferente que provee el SBAF en la modalidad de *single play* puede proveer, en un tiempo corto y sin incurrir en costos significativos, el SBAF en modalidades de *doble play* y *triple play*.
- (714) Al respecto, se advierte que en el caso de los proveedores del SBAF que utilizan medios cableados ya proveen el SBAF de forma empaquetada en modalidad de *doble play* y *triple play*.⁴⁸²
- (715) En conclusión, se considera que, tanto desde la perspectiva de la oferta como de la demanda, las diferentes ofertas del SBAF de *single play*, *doble play* y *triple play* (es decir, las ofertas de SBAF, SBAF+STF, SBAF+STAR y SBAF+STAR+STF) forman parte del mismo mercado relevante.

V.1.3. Dimensión geográfica

- (716) Para la delimitación de la dimensión geográfica del mercado relevante se utilizan los criterios establecidos en las fracciones II y III del artículo 58 de la LFCE, las cuales señalan lo siguiente:

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

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

- (717) A su vez, el artículo 5 de las Disposiciones Regulatorias, indica que se debe delimitar el área geográfica en la que se ofrecen o demandan los bienes y servicios, y si en la misma existe la opción de acudir indistintamente a los proveedores o clientes sin incurrir en costos significativos.
- (718) En lo sucesivo, el análisis de la dimensión geográfica, tanto desde la perspectiva de la demanda como de la oferta, se basa en las disposiciones citadas. Dicho análisis comienza identificando como área focal las localidades en que coincide la oferta de servicios de telecomunicaciones de Axtel y Megacable, esto es, en 16 (dieciséis) municipios de la Operación.

⁴⁸² Telmex no provee el STAR en virtud de que su título de concesión no se lo permite, por lo que, en su caso, tendría que obtener un título de concesión que le habilite para prestar el STAR.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

V.1.3.1. Sustitución por el lado de la demanda

- (719) Desde la perspectiva de la demanda, los usuarios del SBAF únicamente pueden acudir a los proveedores que cuenten con las autorizaciones y los medios físicos (despliegue de RPT) necesarios para prestar el servicio en la zona en donde se encuentre ubicado el domicilio del usuario; en el corto plazo, esta oferta se puede considerar fija. Si un consumidor observa que en otra zona geográfica existe una oferta comercial del SBAF con mejores condiciones de precio o velocidades de descarga, la única forma en que podría obtener esa oferta sería cambiando su lugar de residencia. En este sentido, las probabilidades de que un usuario acuda a otros mercados para abastecerse de los servicios ofrecidos por otros proveedores del SBAF son muy bajas.
- (720) Los usuarios del SBAF ubicados en localidades diferentes disponen de ofertas comerciales distintas. Estas pueden diferir en términos de un amplio número de variables: el número de proveedores del SBAF que están presentes en cada localidad, el precio de los paquetes que se ofrecen, las ofertas empaquetadas del SBAF con otros servicios como el STAR y el STF, entre otros.
- (721) Ahora bien, la Operación que dio origen a la presente Investigación involucra la adquisición de la cartera de clientes del SBAF de Axtel, en 16 (dieciséis) municipios localizados en 5 (cinco) entidades federativas, en los cuales Megacable ya tenía presencia. Los usuarios del SBAF que habitan en dichos municipios tienen la opción de contratar dicho servicio únicamente con los oferentes que cuenten con cobertura en su domicilio. En la Tabla 36 se muestra a los proveedores del SBAF que tienen presencia en cada de los municipios de la Operación,

(espacio en blanco)

Tabla 36. Oferentes del SBAF que registran suscriptores del SBAF en los 16 (dieciséis) municipios de la Operación, Marzo 2019. Después de la Operación.^{1a}

No.	Estado	Municipio	Megacable					Total	
			Axtel	Megacable	GTV	Telmex	Total Play		Twister
1	Estado de México	Lerma	X	X		X	X		3
2	Estado de México	Metepec	X	X		X	X		3
3	Estado de México	San Mateo Atenco	X	X		X	X		3
4	Estado de México	Toluca	X	X		X	X	X	4
5	Estado de México	Zinacantepec	X	X		X	X		3
6	Guangjuato	León	X	X		X	X		3
7	Jalisco	Guadalajara	X	X		X	X		3
8	Jalisco	San Pedro Tlaquepaque	X	X		X	X		3
9	Jalisco	Tonalá	X	X		X	X		3
10	Puebla	Cuautlancingo	X	X		X	X		3
11	Puebla	Puebla	X	X		X	X		3
12	Puebla	San Andrés Cholula	X	X		X	X		3
13	Puebla	San Pedro Cholula	X	X		X	X		3
14	Querétaro	Corregidora	X	X		X	X		3
15	Querétaro	El Marqués	X	X		X	X		3
16	Querétaro	Querétaro	X	X	X	X	X		4
			16	16	1	16	16	1	

Nota:

^{1a} Se considera el escenario después de la Operación, es decir, se considera a Axtel y Megacable como un único proveedor del SBAF.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

- (722) En la Tabla 36 se aprecia que, después de la Operación, el número de oferentes por municipio oscila entre 3 (tres) y 4 (cuatro). En particular, GTV (a través de TV Cable de Oriente, S.A. de C.V.) únicamente registra usuarios del SBAF en 1 (un) municipio; en tanto Total Play, Telmex y Megacable participan en 16 (dieciséis). Asimismo, se detectó que en un municipio de la Operación (Toluca, Estado de México) provee el servicio una empresa cablera de menor tamaño (Twister).⁴⁸³
- (723) Así, los usuarios del SBAF enfrentan un número de oferentes y características de la oferta que pueden variar dependiendo del municipio donde estén ubicados. Toda vez que el número y los oferentes del SBAF pueden variar de una localidad a otra,

⁴⁸³ Twister únicamente provee el SBAF en el municipio de Toluca, Estado de México, en donde registra [REDACTED] suscriptores. Véase Tabla 38.

se advierte que las condiciones de oferta que enfrentan los usuarios del SBAF se determinan a nivel local. Lo anterior, se ilustra en la siguiente tabla:

Tabla 37. Variación de ofertas comerciales que incluyen el SBAF en municipios de la Operación.

Municipio	Proveedor del SBAF	Características de los paquetes	Renta mensual con impuestos
Ofertas del SBAF en <i>doble play</i> (SBAF+STF)^a			
León, Guanajuato	Megacable	Ilimitado Plus + 20 Mbps	\$ 579.00
	Telmex	Paquete 389 (con 20 Mbps)	\$ 389.00
	Total Play	Micro 20 Doble Play F	\$ 493.00
Toluca, Estado de México	Twister	Internet 20 Megas + Telefonía	\$ 389.00
	Megacable	Ilimitado Plus + 20 Mbps	\$ 479.00
	Telmex	Paquete 389 (con 20 Mbps)	\$ 389.00
Querétaro, Querétaro	Total Play	Micro 20 Doble Play F	\$ 493.00
	GTV	Wizzplus (con 20 Mbps)	\$ 320.00
	Megacable	Ilimitado Plus + 20 Mbps	\$ 429.00
	Telmex	Paquete 389 (con 20 Mbps)	\$ 389.00
	Total Play	Micro 20 Doble Play F	\$ 493.00
	Ofertas del SBAF en <i>triple play</i> (SBAF+STAR+STF)^{b,c}		
León, Guanajuato	Megacable	Súper Digital + HD Total + XVlew + Ilimitado Plus + Hasta 80 Mbps	\$ 849.00
	Total Play	Práctico (80 canales y 80 Megas) Triple Play	\$ 1,019.00
Toluca, Estado de México	Twister	Mi TV Max + Internet 30 Megas + Telefonía Fija	\$ 759.00
	Megacable	Súper Digital + HD Total + XVlew + Ilimitado Plus + Hasta 80 Mbps	\$ 879.00
	Total Play	Práctico (80 canales y 80 Megas) Triple Play	\$ 1,019.00

Notas:

^a Paquetes *doble play* (SBAF+STF): respecto al STF, todas las ofertas incluyen llamadas ilimitadas a números fijos locales, números móviles nacionales y números de larga distancia internacional, excepto la oferta de Total Play, que incluye 3,000 (tres mil) llamadas a números fijos nacionales, 2,500 (dos mil quinientos) minutos de llamadas a teléfono móvil nacional y 3,000 (tres mil) minutos de llamadas de larga distancia internacional. Respecto al SBAF, todas las ofertas *doble play* incluyen 20 (veinte) Mbps de velocidad de descarga de datos. Tarifas con número de inscripción: Telmex, 251532; GTV (a través de TV Cable de Oriente, S.A. de C.V.), 235328; Total Play, 228972; Twister 172188 y Megacable, 251627, 251966 y 255267.

^b En la comparación de paquetes del SBAF que se proveen en la modalidad de *triple play* no se incluye a Telmex, ya que su título de concesión no le permite proveer el STAR.

^c Paquetes *triple play* (STAR+SBAF+STF): respecto al STF todas las ofertas incluyen llamadas ilimitadas a números fijos locales, números móviles nacionales y números de larga distancia internacional, excepto la de Total Play, que incluye 2,000 (dos mil) llamadas a números fijos nacionales. Respecto al SBAF, todas las ofertas incluyen 80 (ochenta) Mbps de velocidad de descarga de datos, excepto Twister, cuya oferta de mayor velocidad es de 30 (treinta) Mbps. Respecto al STAR, el paquete de Twister incluye 106 (ciento seis) canales SD; el paquete de Total Play incluye 59 (cincuenta y nueve) canales SD y 21 (veintiún) canales HD; el paquete de Megacable en Toluca, Estado de México incluye 157 (ciento cincuenta y siete) canales en SD y 98 (noventa y ocho) en HD; el paquete de Megacable en León, Guanajuato incluye 158 (ciento cincuenta y ocho) canales en SD y 97 (noventa y siete) en HD. Tarifas con número de inscripción: Megacable 235675 y 235807; Total Play, 229653 y Twister 172181.

Fuente: Elaboración propia a partir de información del buscador de tarifas del RPC.

(724) De la tabla anterior se advierte que las ofertas del SBAF que tiene a disposición un usuario varían dependiendo del municipio en el que se ubique su domicilio. Por

ejemplo, en el caso en que el usuario desee contratar el SBAF en modalidad de *doble play*, si habita en León, Guanajuato dispondrá de las ofertas que brindan 3 (tres) oferentes (Telmex, Megacable y Total Play), mientras que si habita en Toluca, Estado de México o en Querétaro, Querétaro, dispondrá de las ofertas de 4 (cuatro) proveedores (en particular, los usuarios del SBAF que habitan en el municipio de Querétaro, Querétaro, podrán acceder a las ofertas comerciales de SBAF de GTV, mientras que únicamente los usuarios del SBAF en el municipio de Toluca, Estado de México, podrán acceder a la oferta de Twister).

- (725) Asimismo, el usuario enfrenta diferentes precios y características del servicio (como la velocidad de descarga de datos) dependiendo del municipio en que habite. Incluso, se observa que la oferta comercial de un mismo proveedor varía en precios de una localidad a otra, como es el caso de Megacable, que ofrecía el paquete *triple play " Súper Digital + HD Total + XView + Ilimitado Plus + Hasta 80 Mbps "* a diferentes precios en León, Guanajuato y en Toluca, Estado de México. En el caso de los paquetes *doble play*, Megacable ofrecía el paquete *" Ilimitado Plus + 20 Mbps "* a precios diferentes en los municipios de León, Guanajuato, Toluca Estado de México y Querétaro, Querétaro. Las diferencias observadas indican que las condiciones de competencia se determinan localmente.
- (726) Los ejemplos anteriores reflejan la capacidad de los proveedores del SBAF de discriminar precios con base en la ubicación de los consumidores. Esta capacidad obedece a que los consumidores del SBAF no pueden llevar a cabo arbitraje y a que dichos consumidores son identificables por parte de los proveedores. Cuando existe discriminación basada en la localización de los consumidores, la dimensión geográfica es local.
- (727) En conclusión, desde la perspectiva de la demanda, el mercado relevante tiene una dimensión geográfica definida por ubicación del punto de acceso a la RPT. Lo anterior, ya que la oferta a la cual puede acceder un usuario del SBAF depende de la ubicación de su domicilio.

V.1.3.2. Sustitución por el lado de la oferta

- (728) Desde la perspectiva de la oferta, se evalúa la posibilidad de que un consumidor ubicado en el área focal (en este caso, en alguno de los municipios de la Operación) pudiera ser atendido por una empresa que se ubica fuera de ella. En este sentido, se trata de evaluar la posible provisión del SBAF por empresas ubicadas fuera del área focal.
- (729) La posibilidad de que una empresa fuera del área focal la abastezca, dependerá de la rapidez con la que pueda llegar a dicha área si observara un aumento de precios, de tal suerte, que guarde congruencia con la sustitución por el lado de la demanda, en términos de oportunidad para obtener el servicio. En el caso del SBAF

Implicaría que un agente económico necesitaría desplegar una RPT al domicilio del usuario final.⁴⁸⁴

(730) El área geográfica en la cual un concesionario puede proporcionar el SBAF se puede ver limitada por dos factores:

- i. **Limitaciones normativas:** el título de concesión establece la delimitación geográfica en la cual el concesionario puede proveer el servicio,⁴⁸⁵ y
- ii. **Limitaciones físicas:** la cobertura de la RPT se determina con base en las decisiones de inversión de cada uno de los concesionarios.

(731) Las limitaciones normativas para proveer el SBAF están asociadas a los títulos de concesión que se requieren para poder prestar el servicio. Los proveedores del servicio necesitan contar con la concesión única a la que se refiere el artículo 3, fracción XII de la LFTyR.⁴⁸⁶ El título de concesión única debe establecer los programas y compromisos de cobertura geográfica, esto de conformidad con el artículo 74, fracción VI, de la LFTyR.⁴⁸⁷

(732) En relación con las concesiones otorgadas a los principales proveedores del SBAF en los municipios de la Operación, se observa lo siguiente:

- i. Telmex provee el SBAF a través de par de cobre y fibra óptica, mediante diversos títulos de concesión que le permiten proveer dicho servicio prácticamente en todo el territorio nacional.⁴⁸⁸
- ii. Megacable y GTV (a través de TV Cable de Oriente S.A. de C.V.) que proveen el SBAF vía cable poseen títulos de concesión que establecen las

⁴⁸⁴ Si bien los proveedores del SBAF pueden acceder a la infraestructura pasiva del AEP en el sector de telecomunicaciones, se advierte que esta se utiliza de manera marginal. Por ejemplo, en el año de dos mil dieciocho, únicamente [REDACTED] arrendó postes al AEP en el sector de telecomunicaciones en las entidades federativas donde se encuentran los municipios de la Operación, los cuales representaron un porcentaje [REDACTED] del total de postes arrendados [REDACTED] reportaron que, durante el año de dos mil dieciocho, no arrendaron postes del AEP en el sector de telecomunicaciones en las entidades federativas donde se encuentran los municipios de la Operación. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004, 1226, 1333, 1685 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁸⁵ Los proveedores del servicio necesitan contar con la concesión única, a la que se refiere el artículo 3, fracción XII, de la LFTyR. El título de concesión única debe establecer los programas y compromisos de cobertura geográfica, esto de conformidad con el artículo 74, fracción VI, de la LFTyR.

⁴⁸⁶ El artículo 3, fracción XII de la LFTyR define la concesión única como el "(a)cto administrativo mediante el cual el Instituto confiere el derecho para prestar de manera convergente, todo tipo de servicios públicos de telecomunicaciones o radiodifusión. En caso de que el concesionario requiera utilizar bandas del espectro radioeléctrico o recursos orbitales, deberá obtenerlos conforme a los términos y modalidades establecidas en esta Ley".

⁴⁸⁷ El artículo 74, fracción VI de la LFTyR establece que el título de concesión única contendrá, entre otras cosas, "(l)os programas y compromisos de inversión, calidad, de cobertura geográfica, poblacional o social, de conectividad en sitios públicos y de contribución a la cobertura universal que, en su caso, determine el Instituto, para lo cual considerará las propuestas que formule anualmente la Secretaría conforme a los planes y programas respectivos".

⁴⁸⁸ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 424 del Expediente AI/DC-002-2019.

coberturas geográficas en las que se puede proveer el servicio, los cuales en su mayoría limitan la cobertura geográfica a solo pocas localidades o municipios.⁴⁸⁹

- iii. Total Play y Axtel (hasta antes de la Operación) proveen el SBAF utilizando fibra óptica mediante títulos de concesión que les permiten proveer el servicio en todo el territorio nacional.⁴⁹⁰

(733) Respecto a las limitaciones físicas, se advierte que si un oferente del SBAF desea instalar una RPT que utiliza tecnologías de transmisión alámbricas en un mercado en el que no está presente, enfrentaría costos importantes, tales como desplegar cableado y colocar nueva infraestructura de red y equipos que permita distribuir los servicios en las distintas poblaciones hasta llegar al domicilio del usuario donde se ofrecerá el servicio. Asimismo, requiere obtener los permisos para la ocupación de los derechos de vía y diversas autorizaciones estatales y municipales que les permitan desplegar el cableado,⁴⁹¹ y contratar al personal técnico, administrativo y de ventas necesario para ofrecer el servicio.

(734) Por consiguiente, el despliegue de redes cableadas no es inmediato y requiere de importantes plazos y erogaciones de recursos financieros, lo cual restringe las posibilidades de los prestadores del SBAF de expandir su área de cobertura en el corto plazo. Por ejemplo, un operador que provee el SBAF solo en el municipio de Toluca, Estado de México, ante un incremento en el precio del SBAF en el municipio de León, Guanajuato, tendría dificultades para desplegar una red y comenzar a brindar el servicio en el corto plazo y sin costos apreciables en dicho municipio.⁴⁹²

⁴⁸⁹ Por ejemplo, véase los títulos de concesión con folios electrónicos: FET010638CO-100669, FET010774CO-100669 y FET007978CO-100418. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 723, 1314 a 1331 y 1383 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁹⁰ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 967, 1004, 1061 a 1069 y 1127 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁹¹ Respecto a las restricciones que enfrentan los proveedores de servicios de telecomunicaciones en México para desplegar infraestructura, la OCDE señaló que el estado actual de la normatividad municipal en México ha provocado reglas y procedimientos heterogéneos entre municipios y estados, e incluso entre municipios de un mismo estado, lo cual genera un alto grado de incertidumbre jurídica y a su vez "(...) entorpece la capacidad de los operadores para tomar decisiones de inversión razonadas e informadas (...)". Para las empresas que proveen el SBAF que pretendan ofrecer el SBAF en una nueva localidad esto podría configurar un cuello de botella, OCDE (2017). "Estudio de la OCDE sobre telecomunicaciones y radiodifusión en México 2017", Éditions OCDE, París, pp. 176-178. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4824 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁹² Por ejemplo, Twister señaló que entre los principales obstáculos que enfrenta para desplegar redes cableadas que le permitan proveer el STAR, SBAF y STF se encuentran: D [REDACTED]

[REDACTED]; además, señaló que otro factor es el [REDACTED]

[REDACTED]; asimismo, señaló que los precios de [REDACTED]

[REDACTED] Foja 1012 del Expediente.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- (735) Cabe señalar que los proveedores del SBAF pueden acceder a la infraestructura pasiva del AEP en el sector de telecomunicaciones, en virtud de las medidas impuestas por el IFT que lo obligan a brindar el servicio de acceso y uso compartido de infraestructura. Al respecto, se advierte que los proveedores del SBAF recurren solo de manera marginal al arrendamiento de infraestructura pasiva del AEP en el sector de telecomunicaciones. Por ejemplo, durante el año de dos mil dieciocho, de los agentes económicos que participan en los municipios de la Operación [REDACTED] arrendó postes al AEP en el sector de telecomunicaciones en las entidades federativas donde tuvo efectos la Operación,⁴⁹³ los cuales representaron un porcentaje [REDACTED] del total de postes arrendados ([REDACTED]),^{494,495}
- (736) Por tanto, desde el punto de vista de la oferta, se considera que la dimensión geográfica del mercado relevante es local, ya que, en primer lugar, los proveedores del SBAF podrían necesitar modificar la cobertura de su título de concesión para proveer el servicio en alguno de los municipios de la Operación en el que no tengan cobertura. En segundo lugar, los oferentes del SBAF requieren de tiempo y erogaciones importantes de recursos financieros para desplegar una RPT para empezar a proveer el servicio en uno de los municipios de la Operación, en la que previamente no estaba en condiciones de proveerlo.
- (737) Finalmente, considerando que, desde la perspectiva de la demanda, los usuarios solo pueden acceder a las ofertas de los proveedores del SBAF que tienen presencia en la ubicación de su domicilio y que, desde la perspectiva de la oferta, un oferente del SBAF que utiliza redes cableadas que no tiene presencia en una localidad específica no podría ingresar rápidamente a esta para proveer el SBAF sin costos apreciables, se considera adecuado definir el ámbito geográfico del mercado relevante como local. Esta definición captura las presiones competitivas de cada uno de los participantes de los mercados relevantes de la Operación, y, por tanto, resulta idónea para evaluar la Operación.

V.1.3.3. Unidad geográfica de análisis

- (738) Como se mencionó previamente, desde la perspectiva de la demanda, la dimensión geográfica debería ser definida por la localización del punto de acceso

⁴⁹³ [REDACTED] reportaron que, durante el año dos mil dieciocho, no arrendaron postes del AEP en el sector de telecomunicaciones en las entidades federativas donde se encuentran los municipios de la Operación, Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 1004, 1226, 1333, 1685 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁹⁴ Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 1004, 1226, 1333, 1685 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁴⁹⁵ Asimismo, un oferente del SBAF podría recurrir a los servicios mayoristas de desagregación provistos por el AEP en el sector de telecomunicaciones, tales SAIB, SRI y SRP; no obstante, se advierte que, a la fecha, el uso de estos servicios es poco significativo, ya que las solicitudes por estos servicios representaron menos del 0.1% del total de suscriptores del SBAF a nivel nacional. Datos a nivel nacional por ser la mejor información disponible, de conformidad con el artículo 120 de la LFCE, Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 757 del Expediente AI/DC-002-2019.

del consumidor del SBAF; sin embargo, esto no es posible ya que no se cuenta con información con ese nivel de desagregación.

- (739) Aunado a lo anterior, y considerando que: i) la cobertura geográfica que se establece en los títulos de concesión para los oferentes del SBAF que utilizan de redes de cable coaxial es, principalmente, por municipio y/o población, y ii) que la información de mayor desagregación geográfica que resulta comparable entre los agentes económicos que participan en los mercados en los que tiene efectos la Operación es a nivel municipal, se adoptó como unidad geográfica de análisis el municipio,⁴⁹⁶ tomando como base el catálogo del INEGI 2019,⁴⁹⁷ a nivel de Área Geoestadística Municipal.
- (740) Por tanto, se concluye que los mercados relevantes tienen una dimensión geográfica local, la cual para efectos de este análisis se define a nivel de municipio.

V.1.4. Otros aspectos a considerar en la delimitación del mercado relevante

- (741) El artículo 58 de la LFCE, en sus fracciones IV y V establece dos elementos adicionales que pueden afectar la determinación del mercado relevante, tanto en su dimensión producto como geográfica.

V.1.4.1. Restricciones normativas a clientes o proveedores alternativos

- (742) El artículo 58, fracción IV, de la LFCE establece lo siguiente:

Artículo 58. Para la determinación del mercado relevante, deberán considerarse los siguientes criterios:

(...)

IV. Las restricciones normativas de carácter federal, local o internacional que limiten el acceso de usuarios o consumidores a fuentes de abasto alternativas, o el acceso de los proveedores a clientes alternativos;

- (743) Al respecto, se advierte que no existen restricciones normativas de carácter federal, local o internacional que limiten el acceso de los usuarios finales a fuentes de abasto alternativas. Las restricciones para abastecerse de otras fuentes vienen dadas por la presencia de proveedores en las zonas geográficas en donde se encuentre el domicilio donde los usuarios quieran recibir el servicio.

⁴⁹⁶ Cabe señalar que el concepto de municipio, a diferencia del de población, se encuentra reconocido por el INEGI, permitiendo delimitar con mayor exactitud la extensión geográfica referenciada.

⁴⁹⁷ Catálogo Único de Claves de Áreas Geoestadísticas Estatales, Municipales y Localidades. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5235 del Expediente AI/DC-002-2019.

- (744) Por otro lado, tampoco existen restricciones normativas que limiten el acceso de los proveedores de este servicio a clientes alternativos, dentro de la zona en donde están autorizados a prestar sus servicios. No obstante, existen limitantes para que los concesionarios que proveen el SBAF por cable accedan a clientes que se ubiquen fuera de las zonas que tienen concesionadas.

V.1.4.2. Otros criterios técnicos

- (745) El artículo 58, fracción V de la LFCE establece lo siguiente:

Artículo 58. Para la determinación del mercado relevante, deberán considerarse los siguientes criterios:

(...)

V. Los demás que se establezcan en las Disposiciones Regulatorias, así como los criterios técnicos que para tal efecto emita la Comisión.

- (746) Con relación a la fracción antes citada, el artículo 5 de las Disposiciones Regulatorias establece lo siguiente:

Artículo 5. Para la determinación del mercado relevante se deben analizar las circunstancias particulares de cada caso, identificar los bienes o servicios producidos, distribuidos, adquiridos, comercializados u ofrecidos y aquellos que los sustituyan o puedan sustituirlos oportunamente. Asimismo, se debe delimitar el área geográfica en la que se ofrecen o demandan dichos bienes o servicios, y si en la misma existe la opción de acudir indistintamente a los proveedores o clientes sin incurrir en costos significativos.

- (747) Al respecto, se advierte que las consideraciones de este artículo ya están incorporadas en los párrafos 643 a 744

V.1.5. Conclusión sobre el mercado relevante

- (748) Del análisis de las fracciones I a V del artículo 58 de la LFCE, en correlación con lo establecido en el artículo 5 de las Disposiciones Regulatorias, se concluye que el mercado relevante corresponde a la provisión del SBAF a través de par de cobre, cable coaxial y fibra óptica, ofrecido de manera individual (*single play*) o empaquetada con otros servicios de telecomunicaciones fijos (*doble play* y *triple play*), en cada uno de los 16 (dieciséis) municipios siguientes: (1) Lerma, (2) Metepec, (3) San Mateo Atenco, (4) Toluca, y (5) Zinacantepec, en el Estado de México; (6) León, Guanajuato; (7) Guadalajara, (8) San Pedro Tlaquepaque y (9) Tonalá, en el estado de Jalisco; (10) Cuautlancingo, (11) Puebla, (12) San Andrés Cholula, y (13) San Pedro Cholula, en el estado de Puebla; así como (14) Corredora y (15) El Marqués y (16) Querétaro, en el estado de Querétaro.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

V.2. Poder sustancial

- (749) El poder sustancial en los mercados relevantes se determina con fundamento en el artículo 59 de la LFCE, en correspondencia con lo establecido en los artículos 7 y 8 de las Disposiciones Regulatorias.
- (750) Esta sección incluye los siguientes ó (sels) apartados: el primero analiza las participaciones de mercado y los índices de concentración (antes y después de la Operación) y evalúa la capacidad de fijar precios de la entidad resultante de la concentración; el segundo contempla la existencia de barreras a la entrada; el tercero considera la existencia y poder de los competidores; el cuarto analiza el acceso a fuentes de insumos; el quinto aborda el comportamiento reciente de los agentes económicos y, por último, el sexto apartado incluye otros criterios establecidos en las Disposiciones Regulatorias para determinar la existencia de poder sustancial. Todos estos apartados se analizan en el ámbito de los mercados relevantes de la Operación.

V.2.1. Participaciones de mercado y capacidad de fijar precios o restringir el abasto

- (751) Conforme a la fracción I del artículo 59 de la LFCE; para determinar si uno o varios agentes económicos tienen poder sustancial en los mercados relevantes deberá considerarse, entre otros elementos, los siguientes:

I. Su participación en dicho mercado y si pueden fijar precios o restringir el abasto en el mercado relevante por sí mismos, sin que los agentes competidores puedan, actual o potencialmente, contrarrestar dicho poder.

Para determinar la participación de mercado, la Comisión (en este caso, el Instituto) podrá tener en cuenta indicadores de ventas, número de clientes, capacidad productiva, así como cualquier otro factor que considere pertinente; (Énfasis añadido).

V.2.1.1. Agentes económicos que participan en los mercados relevantes

- (752) Después de la Operación, el número de agentes económicos que participa en cada uno de los mercados relevantes varía entre 3 (tres) y 4 (cuatro). Específicamente, los agentes económicos que proveen el SBAF en los mercados relevantes de la Operación son los siguientes: Megacable, Telmex y Total Play que

participan en los 16 (dieciséis) mercados relevantes, mientras que GTV participa únicamente en uno y Twister en otro.⁴⁹⁸

- (753) Ahora bien, a marzo de dos mil diecinueve, los suscriptores del SBAF en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación ascendieron a [REDACTED] [REDACTED], que equivalen al [REDACTED] de los suscriptores a nivel nacional: [REDACTED] suscriptores.⁴⁹⁹

V.2.1.2. Participaciones de mercado e índices de concentración

- (754) Las participaciones de mercado y los IHH se calcularon en términos de suscriptores para cada uno de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, con información aportada por los agentes económicos a marzo de dos mil diecinueve,
- (755) Para el análisis de los IHH se consideró el Criterio técnico, el cual en su artículo 6 indica lo siguiente:

El Instituto considerará que es poco probable que una concentración tiene por objeto o efecto obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre concurrencia, cuando posteriormente a ésta suceda alguna de las siguientes situaciones:

- a) $IHH \leq 2,000$ puntos;
- b) $2,000 < IHH \leq 3,000$ y $\Delta HH \leq 150$ puntos; o
- c) $IHH > 3,000$ y $\Delta HH \leq 100$

- (756) Adicionalmente, el artículo 7 del mismo Criterio técnico establece que:

Aun cuando una concentración implique valores del IHH y de la ΔHH que se ubiquen dentro de los umbrales (antes referidos), el Instituto podrá considerar que existen potenciales riesgos de que (la concentración) tiene por objeto o efecto obstaculizar, disminuir dañar o impedir la competencia y libre concurrencia, si sucede una o varias de las siguientes circunstancias:

(...)

- b) Los agentes económicos involucrados en la concentración alcancen una participación superior al treinta y cinco por ciento;

⁴⁹⁸ GTV opera en el mercado relevante de Querétaro, Querétaro, mientras que Twister opera en el mercado relevante de Toluca, Estado de México.

⁴⁹⁹ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

(...)

- (757) En la Tabla 38 se muestran las participaciones de los agentes económicos que proveen el SBAF en los mercados relevantes, el IHH antes y después de la Operación, el tamaño del mercado en términos de suscriptores y el agente económico que ocupa la posición de líder en cada uno de los 16 (dieciséis) mercados relevantes.

Tabla 38. SBAF. Participaciones de mercado e IHH, en términos de suscriptores, antes y después de la Operación. Marzo 2019.

ID	Estado	Municipio	Suscriptores	IHH Antes	IHH Después	Δ IHH	Megacable Antes (%)	Megacable Después (%)	Telmex (%)	Total Play (%)	OTV (%)	Twitter (%)	Líder
1	Estado de México	Terna		4,157.81	4,161.52	3.72	36.25	36.30	52.03	11.66			Telmex
2	Estado de México	Matepec		3,331.94	3,560.52	228.58	35.14	38.39	40.52	21.09			Telmex
3	Estado de México	San Mateo Atenco		5,062.56	5,336.82	274.26	62.84	65.03	33.25	1.73			Megacable
4	Estado de México	Toluca		3,343.87	3,414.24	70.37	29.00	30.21	42.32	26.65		0.82	Telmex
5	Estado de México	Zacatlanpepec		5,064.65	5,067.32	2.66	57.11	57.13	42.46	0.41			Megacable
6	Guanajuato	León		4,075.94	4,358.68	282.74	52.50	55.19	34.83	9.98			Megacable
7	Jalisco	Guadalajara		3,662.93	3,923.22	260.29	33.08	37.02	48.37	14.62			Telmex
8	Jalisco	San Pedro Tlaquepaque		3,577.68	3,600.95	23.27	36.79	37.11	42.54	20.35			Telmex
9	Jalisco	Tonalá		4,046.74	4,174.07	128.33	53.41	54.61	31.69	13.70			Megacable
10	Puebla	Ciudad Lanchero		5,356.01	5,388.87	32.86	64.91	65.17	33.78	1.05			Megacable
11	Puebla	Puebla		3,643.42	3,895.23	251.81	39.42	42.61	43.41	13.98			Telmex
12	Puebla	San Andrés Cholula		3,426.95	3,520.46	93.50	29.17	30.77	44.03	25.20			Telmex
13	Puebla	San Pedro Cholula		5,218.55	5,519.24	300.68	27.56	33.01	66.55	0.43			Telmex
14	Querétaro	Cortaderas		4,823.09	5,424.02	600.93	64.46	69.12	24.64	6.24			Megacable
15	Querétaro	El Marqués		7,928.23	7,966.53	38.29	88.43	88.65	10.36	0.99			Megacable
16	Querétaro	Querétaro		3,131.44	3,230.35	98.91	36.69	38.03	33.86	3.05	25.06		Megacable

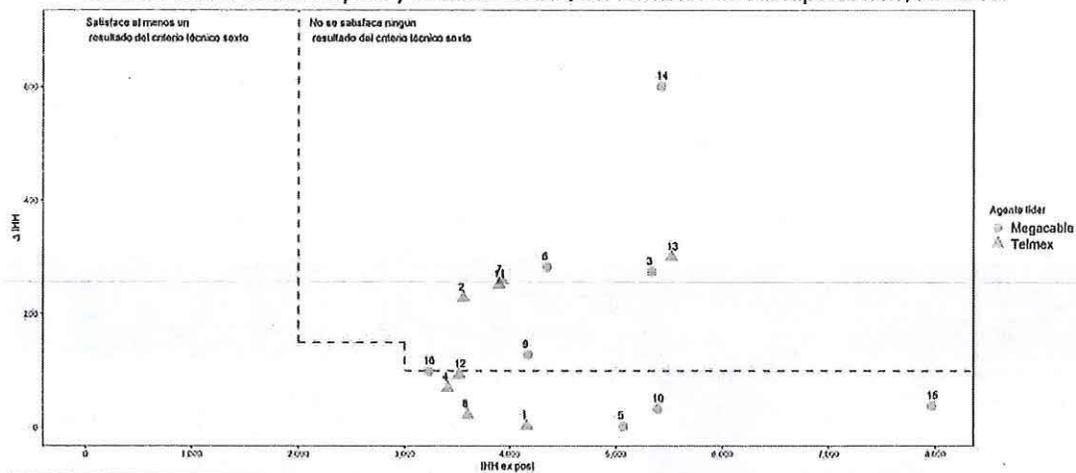
Nota: Para determinar el número de suscriptores del SBAF que adquirió Megacable después de la Operación en cada mercado relevante, se utilizó información de facturación aportada por Axtel. Asimismo, se utilizó información de facturación aportada por Megacable para determinar la proporción de suscriptores entre los mercados relevantes para los que Megacable presentó información agrupada, a saber: El Marqués que fue agrupado con Querétaro y San Pedro Cholula que fue agrupado con San Andrés Cholula.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

- (758) En la tabla anterior se aprecia que, en términos de suscriptores del SBAF, antes y después de la Operación, Megacable es el líder en 8 (ocho) de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, con participaciones que oscilan entre 36.69% y 88.43% *ex ante* y entre 38.03% y 88.65% *ex post*. En los 8 (ocho) mercados relevantes restantes, el líder es Telmex con participaciones entre 40.52% y 66.55%.

- (759) Por su parte, de acuerdo con las cifras de la Tabla 38, el Gráfico 18 permite identificar los mercados relevantes de la Operación que no satisfacen las condiciones establecidas en el artículo 6 del Criterio técnico, en términos de suscriptores. En particular, aquellos mercados relevantes que se ubican por encima y a la derecha de la línea punteada en el Gráfico 18 no satisfacen ninguna de las condiciones del artículo 6 del criterio de referencia.

Gráfico 18. SBAF. IHH *ex post* y cambio en IHH, en términos de suscriptores, Marzo 2019.



Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019, Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

- (760) En relación con el Criterio técnico, el Gráfico 18 permite apreciar que:
- i) en ninguno de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación se cumple con la condición uno ($IHH \leq 2,000$ puntos);
 - ii) en ninguno de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación se cumple con la condición dos ($2,000 < IHH \leq 3,000$ y $\Delta IHH \leq 150$ puntos), y
 - iii) en 8 (ocho) mercados relevantes de la Operación se satisface la condición tres ($IHH > 3,000$ y $\Delta IHH \leq 100$).
- (761) Por tanto, de la aplicación del artículo 6 del Criterio técnico, se tiene que en 8 (ocho) mercados relevantes (Metepéc y San Mateo Atenco, en el Estado de México; León, en Guanajuato; Guadalajara y Tonalá, en Jalisco; Puebla y San Pedro Cholula, en Puebla, y Corregidora, en Querétaro) no se pueden descartar riesgos a la competencia como resultado de la Operación. En tanto, en los otros 8 (ocho) mercados relevantes se obtiene que es poco probable que la Operación tenga por objeto o efecto obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre concurrencia.
- (762) No obstante lo anterior, al considerar el artículo 7, fracción b, del Criterio técnico, se observa que de los 8 (ocho) mercados relevantes que satisfacen alguna de las condiciones del artículo 6, en 6 (seis) la participación de Megacable supera el 35% (en promedio tiene una participación del 53.73%), por lo que en dichos mercados relevantes no se cumple con lo establecido en el artículo 7, fracción b, del Criterio



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

técnico y el Instituto podrá considerar que existen potenciales riesgos de que la Operación tenga por objeto o efecto obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la competencia y libre concurrencia.

- (763) En consecuencia, al aplicar el Criterio técnico a los 16 (dieciséis) mercados relevantes que involucra la Operación, se obtuvo que en 14 (catorce) de ellos (señalados en rojo en la Tabla 38) no se cumple con las condiciones estipuladas en el artículo 6 o la condición del artículo 7, fracción b, del criterio de referencia.⁵⁰⁰

V.2.1.3. Capacidad de fijar precios o restringir el abasto en los mercados relevantes

- (764) De conformidad con los artículos 204 y 205 de la LFTyR, los concesionarios de servicios de telecomunicaciones para uso comercial pueden fijar libremente las tarifas a los usuarios de los servicios que presten; sin embargo, previo a la entrada en vigor de dichas tarifas, los concesionarios deben presentar la solicitud electrónica de registro de sus tarifas ante el IFT.⁵⁰¹
- (765) Según el artículo 208 del mismo ordenamiento, la libertad tarifaria antes descrita *"no aplicará a los concesionarios de telecomunicaciones que sean declarados como agentes económicos preponderantes en el sector de las telecomunicaciones o con poder sustancial, en cuyo caso, deberán cumplir con la regulación específica que en materia de tarifas le imponga el Instituto. Estas tarifas deberán ser aprobadas por el Instituto, el cual deberá llevar un registro de las mismas, a efecto de darles publicidad."*
- (766) Adicionalmente, el agente económico declarado como preponderante en el sector de telecomunicaciones, no puede otorgar trato preferencial a los servicios que ofrece, consistentes con los principios de competencia, por sí o a través de sus empresas subsidiarias, filiales, afiliadas o que pertenezcan al mismo grupo de interés económico.⁵⁰²
- (767) Al respecto, de conformidad con el Anexo 2 de la Resolución de preponderancia en el sector de telecomunicaciones, analizada mediante la Revisión bienal, el AEP

⁵⁰⁰ Los 14 (catorce) mercados relevantes del SBAF en los que no se satisface el criterio de referencia son: (1) Lerma, (2) Metepec, (3) San Mateo Atenco y (4) Zinacantan, en el Estado de México; (5) León, en Guanajuato; (6) Guadalajara, (7) San Pedro Tlaquepaque y (8) Tonalá, en Jalisco; (9) Cuautlancingo, (10) Puebla y (11) San Pedro Cholula, en Puebla; y (12) Corregidora, (13) El Marqués y (14) Querétaro, en Querétaro. Cabe señalar que en 6 (seis) de estos mercados relevantes, el operador que ocupa la primera posición, en términos de suscriptores, es Telmex (a saber: Lerma y Metepec, en el Estado de México; Guadalajara y San Pedro Tlaquepaque, en Jalisco, así como Puebla y San Pedro Cholula, en Puebla).

⁵⁰¹ Dicha solicitud deberá contener la descripción del servicio que se presta, reglas de aplicación y, en su caso, penalidades conforme a los formatos que establezca el Instituto.

⁵⁰² Artículos 206 y 208 de la LFTyR.

en el sector de telecomunicaciones tiene, entre otras, las siguientes obligaciones en materia de tarifas para servicios fijos:⁵⁰³

- i. Las tarifas aplicables por el AEP en el sector de telecomunicaciones para la prestación de servicios al usuario final están sujetas a un control de precios autorizado por el Instituto,⁵⁰⁴ en el cual se aplica un límite máximo a la tarifa promedio ponderada de la canasta de servicios de telecomunicaciones, la cual incluye: el "Servicio local fijo", el "Servicio de acceso a Internet de banda ancha fija desagregado por velocidades ofertadas" y los "Servicios de larga distancia".⁵⁰⁵ Para lo anterior, los ingresos que resulten de la aplicación de los precios del periodo actual a los volúmenes del periodo anterior, no deberán exceder a los ingresos tope.⁵⁰⁶
- ii. El AEP en el sector de telecomunicaciones debe presentar al Instituto, a más tardar el uno de julio del año que corresponda, una propuesta de canasta de servicios de telecomunicaciones que incluya los servicios antes señalados, la ponderación de los mismos y la justificación de la propuesta.⁵⁰⁷ Dicha propuesta debe ser evaluada por el Instituto, quien podrá, en su caso, modificarla.
- iii. El AEP en el sector de telecomunicaciones debe presentar, para aprobación del Instituto, las tarifas propuestas que se ajusten al control tarifario. Para lo anterior, el veintiséis de diciembre de dos mil dieciocho se publicó en el DOF el "ACUERDO mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones emite los Lineamientos mediante los cuales se

⁵⁰³ Medida cuadragésima del Anexo 2 de la Resolución de preponderancia en el sector de telecomunicaciones.

⁵⁰⁴ Esto, en adición del control tarifario derivado del título de concesión de Telmex. A mayor abundamiento, Telmex debe aplicar una política tarifaria en la canasta de servicios básicos controlados, basada en el sistema de precios tope definido en la condición 6-3 del "título de concesión para construir, instalar, mantener, operar y explotar una red pública telefónica", otorgado el diez de marzo de mil novecientos setenta y seis, modificado por la SCT el diez de agosto de mil novecientos noventa y prorrogado por el Instituto el uno de diciembre de dos mil dieciséis, mediante resolución aprobada por el Pleno en su XXI sesión extraordinaria, celebrada en el mismo día y adoptada mediante acuerdo P/IFT/EXT/011216/50.

⁵⁰⁵ Dichos servicios estaban incluidos en la canasta de servicios públicos de telefonía básica para los periodos dos mil quince a dos mil dieciséis, y dos mil diecisiete a dos mil dieciocho. Lo anterior, de conformidad con la "Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones establece los parámetros del Sistema de Precios Tope de conformidad con la Medida Cuadragésima aplicable al Agente Económico Preponderante para el periodo 2015-2016" y la "Resolución por la que el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones establece los parámetros del Sistema de Precios Tope de conformidad con la Medida Cuadragésima del Anexo 2 de la Resolución de Preponderancia aplicable al Agente Económico Preponderante en el sector de telecomunicaciones para el periodo 2017-2018", aprobadas por el Pleno del Instituto mediante acuerdos de número P/IFT/140716/406 y P/IFT/260417/191, respectivamente.

⁵⁰⁶ Los ingresos tope deben satisfacer la siguiente fórmula:

$$\sum_{i=1}^n P_{it} Q_{it-1} \leq (1-X)(1+\pi) \sum_{i=1}^n P_{it-1} Q_{it-1}$$

Donde P_{it} : Precio del servicio i durante el periodo actual; P_{it-1} : Precio del servicio i durante el periodo anterior; Q_{it-1} : Cantidad del servicio i durante el periodo anterior; π : Tasa de inflación del periodo y X : Factor de productividad.

⁵⁰⁷ Dicha canasta deberá revisarse cada dos años.

establece el procedimiento para la presentación de la solicitud electrónica de autorización de tarifas de los servicios de telecomunicaciones para usuarios finales, al cual deberán sujetarse el agente económico preponderante y los agentes económicos con poder sustancial de mercado en el sector de telecomunicaciones”, con el objeto de establecer el procedimiento, plazos, requisitos de presentación y formatos a través de los cuales el AEP en el sector de telecomunicaciones deberá solicitar de manera electrónica al Instituto, previamente a su comercialización, la autorización y registro de sus propuestas tarifarias para usuarios finales.

- (768) En virtud de lo anterior, es posible concluir que las tarifas de la canasta de servicios de telecomunicaciones que el Instituto autoriza a Telmex (como empresa integrante del AEP en el sector de telecomunicaciones), quien tiene presencia en todos los mercados relevantes de la Operación, sirven como referencia para los demás operadores que ofrecen el SBAF en dichos mercados relevantes, por lo que los precios establecidos por cada uno de estos oferentes podrían estar acotados por las tarifas autorizadas de dicha canasta.

V.2.1.3.1. Evolución del INPC del SBAF

- (769) Con el fin de analizar la evolución de los precios del SBAF en los mercados relevantes de la Operación, se utiliza como aproximación el comportamiento del INPC del SBAF, calculado por el INEGI,⁵⁰⁸ para las 5 (cinco) ciudades en las que se localizan los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación,⁵⁰⁹ durante el periodo comprendido de enero de dos mil catorce a marzo de dos mil diecinueve. El análisis se realiza a nivel ciudad, toda vez que el INPC del SBAF no está disponible a nivel municipal.⁵¹⁰ El Gráfico 19 muestra la evaluación del INPC de dichas ciudades durante el periodo en cuestión, así como el promedio de estas.

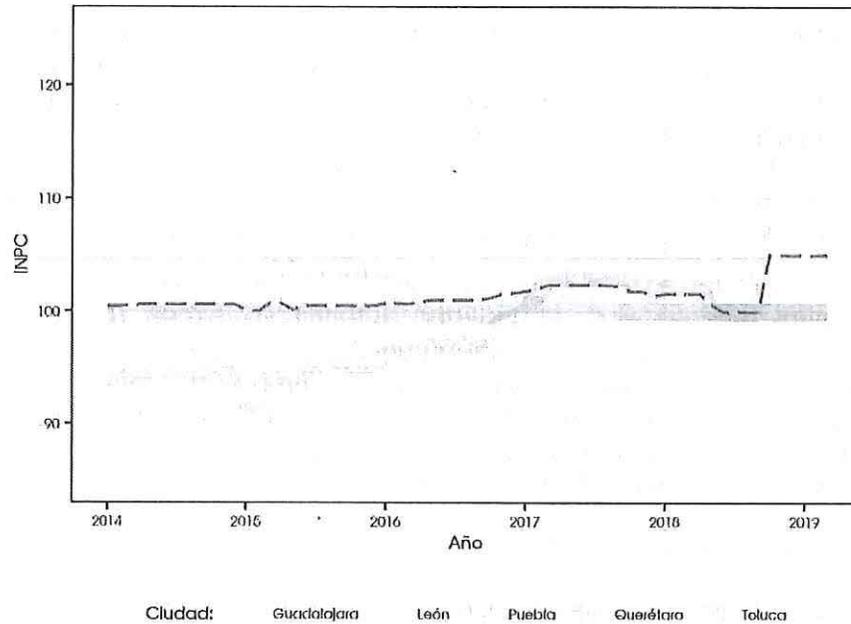
(espacio en blanco)

⁵⁰⁸ Fojas 1466 a 1470 y 1500 a 1510 del Expediente.

⁵⁰⁹ A continuación, se citan las 5 (cinco) ciudades consideradas y entre paréntesis se mencionan los mercados relevantes de la Operación que incluye cada una: Toluca (Metepéc, San Mateo Atenco, Lerma, Toluca y Zinacantepec), León (León), Guadalajara (Guadalajara, San Pedro Tlaquepaque y Tonalá), Puebla (Cuautlancingo, Puebla, San Andrés Cholula y San Pedro Cholula) y Querétaro (Corregidora, El Marqués y Querétaro).

⁵¹⁰ Se presentan datos a nivel ciudad por ser la mejor información disponible, de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE.

Gráfico 19. INPC del SBAF por ciudad. Enero 2014 a marzo 2019.



Notas:

^{1a} El INPC del SBAF por ciudad toma como base el mes de julio del año dos mil dieciocho.

^{1b} La línea discontinua representa el promedio del INPC del SBAF para las 5 (cinco) ciudades en las que se localizan los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación.

Fuente: Elaboración propia con base en Información del INEGI. Fojas 1466 a 1470 y 1500 a 1510 del Expediente.

(770) En el periodo de enero de dos mil catorce a marzo de dos mil diecinueve, el promedio del INPC del SBAF para las 5 (cinco) ciudades (representado por la línea discontinua en el Gráfico 19) registró un crecimiento agregado de 4,53%. Sin embargo, si se excluye a León, Guanajuato, el promedio se mantuvo prácticamente constante durante dicho periodo. Por otro lado, como se observa en el Gráfico 19, en enero de dos mil catorce, el valor más bajo del INPC del SBAF entre las 5 (cinco) ciudades fue Puebla, Puebla, con 93,76 (noventa y tres punto setenta y seis) y el más alto fue Guadalajara, Jalisco, con 104,83 (ciento cuatro punto ochenta y tres). El promedio del INPC del SBAF para las 5 (cinco) ciudades en enero de dos mil catorce fue cercano a 100,44 (cien punto cuarenta y cuatro). A marzo de dos mil diecinueve, el valor del INPC del SBAF más bajo fue 100 (cien) en todas las ciudades con excepción de León que registró el valor más alto con 125 (ciento veinticinco). El promedio para las 5 (cinco) ciudades, en marzo de dos mil diecinueve, fue 105 (ciento cinco) puntos.

180110



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

(771) Cabe resaltar que, hacia finales del dos mil dieciocho y principios del dos mil diecinueve, se observó un incremento en el INPC del SBAF para la ciudad de León, en el estado de Guanajuato. Este incremento afectó únicamente a 1 (uno) de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación. Al respecto, se identificó que el incremento en el INPC del SBAF de León se dio como resultado de un cambio en los patrones de oferta y demanda de la ciudad. A mayor abundamiento, el Documento metodológico del INPC,⁵¹¹ sobre la selección de "genéricos" (bienes) para construcción del índice referido al SBAF, indica que la "muestra (de los bienes) se modifica en función de la oferta disponible y se seleccionan los servicios que mejor representen las preferencias de los consumidores". En el caso particular de la ciudad de León, se observó que los agentes económicos que han venido ganando participación en los últimos años (Megacable y Total Play)⁵¹² ofrecen únicamente paquetes del SBAF con velocidades de 20 (veinte) Mbps o más, por lo que el incremento en el nivel de precios responde a un incremento en el consumo de servicios con mayores velocidades. Para mayor detalle, consúltese el "Anexo XII. Precios de paquetes del SBAF en León, Guanajuato".

(772) Por consiguiente, se concluye que el nivel de precios del SBAF, en las 4 (cuatro) ciudades en las que se ubican 15 (quince) de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, se ha mantenido relativamente estable durante los últimos cinco años. La estabilidad mostrada por el INPC del SBAF en los últimos años en dichas ciudades, se refleja en el precio del paquete más vendido de Telmex que es [REDACTED], el cual incluye [REDACTED].⁵¹³ Este paquete no ha variado de precio de dos mil dieciséis a la fecha de conclusión de la presente investigación. Dicho paquete es consumido por el [REDACTED] de los suscriptores que contratan SBAF en los mercados relevantes de la Operación.⁵¹⁴

V.2.2. Barreras a la entrada

(773) La fracción II del artículo 59 de la LFCE establece que, para determinar si uno o varios agentes económicos tienen poder sustancial en los mercados relevantes deberá considerarse, entre otros elementos, los siguientes:

⁵¹¹ Disponible en:

http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825104177.pdf

⁵¹² En conjunto, Megacable y Total Play tienen, aproximadamente, 65% de participación, en términos de suscriptores, en la ciudad de León.

⁵¹³ A partir del once de noviembre del dos mil diecinueve este paquete [REDACTED]. Folio de la Tarifa del RPC: [REDACTED].

⁵¹⁴ A manera de comparación, el paquete que incluye SBAF más vendido por Megacable es el [REDACTED], el cual representa el [REDACTED] del total de los paquetes que tienen SBAF en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019, Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

II. La existencia de barreras a la entrada y los elementos que previsiblemente puedan alterar tanto dichas barreras como la oferta de otros competidores;

- (774) El análisis de barreras a la entrada que se presenta en esta sección resulta aplicable para todos los mercados relevantes del SBAF de la Operación. Esto es así debido a que las posibles restricciones financieras, de inversión y de costos de insumos, así como las restricciones normativas o las prácticas comerciales de los agentes económicos que puede enfrentar un potencial entrante son similares entre los mercados relevantes analizados.
- (775) Adicionalmente, el artículo 7 de las Disposiciones Regulatorias, en relación con el artículo 59, fracción II, de la LFCE, señala los elementos que pueden considerarse como barreras a la entrada, los cuales se analizan a continuación.
- V.2.2.1. Los costos financieros, los costos de desarrollar canales alternativos y el acceso limitado al financiamiento, a la tecnología o a canales de distribución eficientes**
- (776) Una empresa que pretenda ingresar a los mercados relevantes de la Operación requiere desarrollar canales de distribución para proveer el servicio, ya sea i) desplegando su propia RPT o, ii) acudiendo a la oferta de servicios mayoristas.
- (777) En el primer caso, la infraestructura y equipos requeridos dependerán del tipo de tecnología de transmisión que decida utilizar el proveedor del SBAF (par de cobre, cable coaxial y/o fibra óptica) y del tamaño de mercado que pretenda atender. Para contar con los elementos mencionados, los entrantes deben incurrir en costos de instalación y despliegue de infraestructura y equipos que son en su mayoría fijos y hundidos. Dichos costos implican montos de inversión considerables, tal como se señala en los párrafos 785 a 793 de la sección "V.2.2.2. El monto, la indivisibilidad y el plazo de recuperación de la inversión requerida, así como la ausencia o escasa viabilidad de usos alternativos de infraestructura y equipo", los cuales pueden configurar un obstáculo a la entrada.
- (778) Ahora bien, en el caso de desarrollar los canales de distribución utilizando los servicios mayoristas, los oferentes del SBAF en los mercados relevantes de la Operación disponen de varias alternativas: i) acudir a diversos proveedores mayoristas para arrendar enlaces dedicados: Telmex, Axtel, GTV, Megacable y Total Play;⁵¹⁵ ii) acceder a la infraestructura pasiva del AEP en el sector de telecomunicaciones mediante la ORCI,⁵¹⁶ o a la infraestructura eléctrica de

⁵¹⁵ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 5453 a 5456 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁵¹⁶ La Oferta de Referencia de Compartición de Infraestructura 2019 (ORCI 2019) incluye el acceso a los siguientes elementos: postes, pozos, torres, zanjas, ductos, canalizaciones, derechos de vía, sitios, predios, espacios físicos, fuentes de energía, seguridad y sistemas de aire acondicionado, así como servicios auxiliares, instalaciones de equipo y de alimentaciones conexas. Fuente: ORCI 2019, pp. 9 y 10, disponible para su consulta y descarga en el RPC.

distribución de la CFE, en particular, a sus postes, ductos, registros y derechos de vía,⁵¹⁷ y iii) solicitar los servicios de desagregación provistos por el AEP en el sector de telecomunicaciones: reventa (internet y paquetes);⁵¹⁸ acceso indirecto al bucle; diversas modalidades de desagregación del bucle y sub-bucle; coublcación, entre otros. No obstante, como se detalla en la sección "V.2.4. Acceso a Insumos", algunas de estas alternativas son muy poco utilizadas por los agentes económicos en los mercados relevantes de la Operación.

(779) Asimismo, para entrar a competir de manera efectiva en los mercados relevantes de la Operación, es necesario lograr una base de suscriptores que le permita a la empresa operar de manera rentable.⁵¹⁹ En ese sentido, la empresa entrante deberá incurrir en mayores costos para desarrollar su canal de distribución en la medida en que la cobertura que desee atender sea mayor y más dispersa.

(780) Por tanto, los costos a los que se podría enfrentar una empresa entrante en los mercados relevantes de la Operación podrían ser muy elevados. Cuando una empresa enfrenta altos costos, suele recurrir a diversas formas de financiamiento, por ejemplo: i) reinversión de utilidades, ii) préstamos en el sistema financiero, iii) emisión de deuda, iv) alguna combinación de las opciones anteriores, entre otras.⁵²⁰ Ahora bien, es necesario señalar que no todas las empresas contarán con

⁵¹⁷ Al respecto, el veintinueve de octubre de dos mil dieciocho, la CRE publicó en el DOF las "Disposiciones Administrativas de Carácter General para permitir a los Prestadores de Servicios de la Industria de Telecomunicaciones el acceso a las instalaciones y derechos de vía del Sistema Eléctrico Nacional", las cuales señalan que se debe permitir el acceso al mayor número posible de prestadores de servicios de telecomunicaciones. Para ello, se definió un límite por peso, en lugar de por número de cables permitidos en un poste (máximo 250 kg/km por concesionario, con capacidad máxima de 1,000 kg/km). Fuente: Información proporcionada por CFE y las disposiciones referidas. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 6190 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁵¹⁸ Los servicios de reventa referidos son los siguientes: SAIB, SRP y SRI.

Fuente: OREDA 2019, pp. 18 y 19, disponible para su consulta y descarga en el RPC.

⁵¹⁹ Por ejemplo, Telmex, GTV, Megacable y Total Play, al momento de decidir desplegar infraestructura, [REDACTED]

[REDACTED] En particular, Total Play manifestó que [REDACTED] (Énfasis añadido). Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 6163 a 6166 y 6190 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁵²⁰ Al respecto, de acuerdo con la Encuesta Trimestral de Evaluación Coyuntural del Mercado Crediticio, realizada por el Banco de México, para el primer trimestre de dos mil dieciocho (enero a marzo), las fuentes de financiamiento que señalaron las empresas encuestadas son: i) financiamiento con proveedores (76.7%); ii) crédito de la banca comercial (31.2%); iii) financiamiento de otras empresas del grupo corporativo y/o matriz (15.5%); iv) la banca de desarrollo (5.8%); v) banca domiciliada en el extranjero (5.8%), y vi) emisión de deuda (2.6%). Incluso, en comparación con el primer trimestre de dos mil diecisiete, la proporción de empresas que utilizó financiamiento de proveedores aumentó (de 73.5% a 76.7%) en el primer trimestre de dos mil dieciocho, mientras que el crédito de la banca comercial disminuyó (de 35.5% a 31.2%). Fuente: Comunicado de prensa: Evolución del Financiamiento a las Empresas durante el Trimestre Enero - Marzo de 2018, Banco de México, México, Ciudad de México, del veintitrés de mayo de dos mil dieciocho, Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 4824 del Expediente AI/DC/002-2019.

las mismas posibilidades de financiamiento ni con las mismas condiciones de adquisición de deuda.

- (781) En este contexto, una empresa consolidada y con extensa trayectoria en el mercado podría tener facilidades para obtener acceso al financiamiento necesario para realizar proyectos de infraestructura. Esto porque enfrenta menos incertidumbre, dado que cuenta con el conocimiento del mercado, una base de suscriptores suficiente que puede asegurar utilidades para los inversionistas y un conjunto de activos que puede fungir como colateral para la deuda que pretende adquirir. Estas características se acentúan si la empresa en cuestión forma parte de un grupo de interés económico solvente.⁵²¹
- (782) En cambio, una empresa no consolidada que quisiera entrar al mercado podría tener dificultades para tener acceso al financiamiento debido que, en general, enfrentará escenarios más riesgosos e inciertos en comparación a los que enfrenta una empresa posicionada en el mercado.⁵²² Por ejemplo, podría adquirir deuda o créditos a precios (tasas de interés) más elevados que una empresa consolidada. Lo anterior, toda vez que podría considerarse como una inversión con mayor riesgo de impago, dado que la empresa podría enfrentar presiones competitivas fuertes por parte de los proveedores establecidos del SBAF, o bien, podría no alcanzar la masa crítica de suscriptores que le permita cubrir sus obligaciones financieras, no contar con suficientes activos que actúen como colateral, entre otros.⁵²³
- (783) Aunado a lo anterior, en un entorno donde prevalecen altos niveles de concentración y existen pocos participantes (véase sección "V.2.1. Participaciones de mercado y capacidad de fijar precios o restringir el abasto") como el que caracteriza a los mercados relevantes de la Operación, la probabilidad de éxito de una nueva empresa es aún menor.

⁵²¹ Como referencia, considérense los análisis bursátiles de BANORTE sobre Megacable y GTV, publicados el veintidós de julio de dos mil diecinueve y el veintidós de enero de dos mil diecinueve, respectivamente. En el análisis bursátil para Megacable, BANORTE sugirió comprar sus acciones, en virtud de su rentabilidad, sólida estructura financiera y capacidad para la generación de flujo de efectivo. Adicionalmente, BANORTE recomendó mantener las acciones de GTV a pesar de identificar factores de riesgo como un entorno local incierto, expectativas de menor gasto en publicidad del gobierno, entre otros. Aunado a lo anterior, en el Reporte Anual de Megacable 2018, se manifiesta la solidez financiera de la empresa, así como el bajo nivel de deuda adquirida en el dos mil dieciocho, estas características influyen directamente en la percepción que tiene el mercado financiero sobre la empresa y, consecuente, en el otorgamiento de créditos y compra de acciones. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5176 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁵²² En el año dos mil dieciséis, solo 8.0% de las empresas micro, pequeñas y medianas contaba con financiamiento, contrastando con 56% de empresas grandes con financiamiento. Una vez que dichas empresas acceden al financiamiento, de acuerdo con datos de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, las tasas de interés otorgadas varían, siendo de 6.6% para empresas grandes, mientras que para empresas micro y pequeñas es superior a 10.0%. Fuente: Reportes Anuales de Inclusión Financiera 2017 y 2018 del Consejo Nacional de Inclusión Financiera. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5176 del Expediente AI/DC/002/2019.

⁵²³ Cuanto mayor sea el riesgo de impago, mayor deberá ser la tasa de interés cobrada. Principios de administración financiera, Lawrence J. Gitman, Chad J. Zutter, Pearson, México, 2012, p. 217.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

(784) En su conjunto, los factores anteriores podrían encarecer y/o limitar la obtención de los montos de financiamiento necesarios para el ingreso de nuevas empresas que, eventualmente, adquieran la capacidad de ejercer presión competitiva en los mercados relevantes de la Operación. En este sentido, los costos financieros pueden constituir una barrera a la entrada.

V.2.2.2. El monto, la indivisibilidad y el plazo de recuperación de la inversión requerida, así como la ausencia o escasa viabilidad de usos alternativos de infraestructura y equipo

(785) El nivel de inversión que debe enfrentar una nueva empresa para ingresar a los mercados relevantes del SBAF es variable y depende, principalmente, del tamaño del mercado que se desea atender, de la tecnología de transmisión que decida utilizar para proveer el servicio, así como de la decisión de desplegar su propia infraestructura y equipos para instalar una RPT o solicitar el acceso y uso de servicios mayoristas a otros operadores.

(786) La información proporcionada por los proveedores del SBAF que participan en los mercados relevantes de la Operación indica que se requieren invertir sumas de dinero considerables en el despliegue y desarrollo continuo de una RPT. Por ejemplo, del dos mil quince al dos mil dieciocho, a nivel nacional, Telmex invirtió

[REDACTED] en despliegue de redes, [REDACTED]

[REDACTED] en la modernización de las mismas, [REDACTED]

[REDACTED] en mantenimiento de las redes.^{524, 525}

(787) Adicionalmente, al comparar la inversión acumulada en despliegue, modernización y mantenimiento de RPT de algunos de los principales operadores de redes cableadas (Megacable, Telmex, GTV y Total Play), a nivel nacional, en el periodo de dos mil quince a dos mil dieciocho, se observa que la inversión de

⁵²⁴ Se utilizan datos a nivel nacional de acuerdo con información consolidada presentada por AMX toda vez que es la mejor información disponible en términos del artículo 120 de la LFCE. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas señaladas en el "Anexo VIII. Índice de fojas de inversión en infraestructura del Expediente AI/DC-002-2019".

⁵²⁵ Véase también Gráfico 12.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

Megacable representó [REDACTED], [REDACTED] y [REDACTED] de las inversiones realizadas por Telmex, GTV y Total Play, respectivamente.^{526,527}

- (788) De los datos anteriores destaca el caso de Telmex, que a pesar de tener una RPT consolidada en los mercados relevantes continúa realizando fuertes inversiones tanto en mantenimiento como en la modernización de su red. Lo anterior sugiere que los costos fijos y hundidos se mantienen incluso después de que la empresa cuenta con una amplia RPT establecida. Dichos montos de inversión o costos, representan un incremento en el flujo de gastos fijos que las empresas deberán considerar al evaluar la viabilidad de los proyectos de despliegue de infraestructura.
- (789) Asimismo, para competir de manera efectiva en los mercados relevantes de la Operación, un potencial oferente requiere contar con una RPT confiable y de alta capacidad que logre satisfacer la creciente demanda de los consumidores del SBAF en cuanto a velocidades de descarga y capacidad de ancho de banda.⁵²⁸
- (790) En ese sentido, se determinó que los proveedores del SBAF que operan en los mercados relevantes de la Operación procuran mejorar continuamente sus ofertas comerciales. De acuerdo con el Reporte Anual Megacable 2018, Megacable ha acelerado las inversiones dirigidas, principalmente, a incrementar la capacidad de su red, así como a la actualización y construcción de nuevos kilómetros de red y adquisición de equipo terminal de suscriptores; además de que ha introducido nuevas tecnologías de ancho de banda. Asimismo, en dicho reporte manifestó que ha enfocado sus esfuerzos en "(...) incrementar las velocidades de conectividad de Internet y ofrecer un servicio más confiable para atender las necesidades y satisfacer las expectativas de nuestros clientes".⁵²⁹ Además, se advierte que la adquisición de [REDACTED] kilómetros de fibra

⁵²⁶ Del dos mil quince al dos mil dieciocho, a nivel nacional, la inversión acumulada de Megacable por los conceptos de despliegue, modernización y mantenimiento ascendió a [REDACTED], Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas señaladas en el "Anexo VIII. Índice de fojas de inversión en infraestructura del Expediente AI/DC-002-2019".

⁵²⁷ Se utilizan datos de inversión a nivel nacional por ser la mejor información disponible de conformidad con el artículo 120 de la LFCE. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas señaladas en el "Anexo VIII. Índice de fojas de inversión en infraestructura del Expediente AI/DC-002-2019".

⁵²⁸ De diciembre de dos mil quince a diciembre de dos mil dieciocho, a nivel nacional, los accesos del SBAF con velocidades superiores a 10 Mbps y superiores a 100 Mbps han incrementado a una TCAC de 13.4% y 39.7%, respectivamente, mientras los accesos con velocidades menores a 10 Mbps han decrecido (con una TCAC negativa de -15.5%). Asimismo, de acuerdo con pronósticos de CISCO, para el año dos mil veintidós, el tráfico de Internet crecerá 2.9 veces, con una TCAC de 24.0%. La conectividad fija representará 31.0% de ese tráfico. Respecto al tipo de tráfico que se conducirá en las redes, se estiman crecimientos importantes para el tráfico de videojuegos (TCAC de 39.0%) y el tráfico de video por Internet (TCAC de 26.0%). En suma, los datos señalados muestran que la demanda por mayores velocidades y capacidad seguirá incrementando. Se presentan datos a nivel nacional por ser la mejor información disponible, de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 757 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁵²⁹ Fuente: Reporte Anual Megacable 2018. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 69 del Expediente AI/DC-002-2019.

óptica de la red de última milla de Axtel –a través de la cual se ofrecen velocidades simétricas de subida y bajada de datos– es congruente con la apuesta tecnológica que Megacable ha planteado para el futuro, [REDACTED] misma que es fácilmente escalable a la tecnología Ten-PON.^{530,531}

- (791) Por su parte, en dos mil dieciséis, Total Play incrementó su capacidad para poder ofrecer velocidades de transmisión de hasta 300 (trescientos) Mbps.⁵³² Al siguiente año, Total Play incrementó nuevamente su capacidad para ofrecer hasta 500 (quinientos) Mbps de velocidad de descarga.⁵³³
- (792) Así pues, para poder desarrollar esta capacidad, los operadores del SBAF requieren incurrir en altos montos de inversión. Por ejemplo, entre los años dos mil quince y dos mil dieciséis, Total Play invirtió más de \$6,500,000,000.00 (seis mil quinientos millones de pesos 00/100 M.N.) en la expansión de su RPT para alcanzar una cobertura de seis millones de hogares en veinte ciudades, y ofrecer velocidades de descarga de hasta 300 (trescientos) Mbps.⁵³⁴
- (793) Los datos antes señalados dan cuenta de los niveles de inversión que un nuevo agente económico debe enfrentar para ingresar a los mercados relevantes de la Operación.
- (794) El plazo de recuperación de las inversiones mencionadas dependerá del tiempo que tarde el entrante en alcanzar una masa crítica de suscriptores que le permita competir de manera efectiva en los mercados relevantes de la Operación. Lo anterior, se dificulta por el posicionamiento elevado que mantienen los competidores en la mayoría de dichos mercados (véanse secciones "V.2.1.

⁵³⁰ Reporte Anual Megacable 2018 página 7 y 9 e Información proporcionada por Megacable. Fojas 824 a 828, 843 y 1827 a 1834 del Expediente. Foja 69 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁵³¹ Previo a la Operación, Megacable proveía el SBAF a través de fibra óptica únicamente en [REDACTED] de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación. De esta manera, con la adquisición de la cartera de clientes de Axtel y de la red de última milla, aumentó el número de suscriptores del SBAF a los que proveerá a través de fibra óptica. Foja 1459 del Expediente.

⁵³² El doce de julio de dos mil dieciséis, Total Play anunció que invirtió recursos para lograr ofrecer "(...) la máxima velocidad de conexión de 300 Mbps (...)". Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5176 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁵³³ El primero de abril de dos mil diecisiete, mediante un comunicado de prensa, Total Play presentó "(...) el servicio de Internet más rápido de México y América Latina (...)", con una velocidad de hasta 500 (quinientos) Mbps. En dicho comunicado, este operador reconoció que "(d)urante los últimos años las innovaciones tecnológicas exigen más y hoy ya es posible conectarse a una velocidad superior. Totalplay lo sabe y por eso lanzan este mes hasta 500 Mbps de velocidad de descarga para trabajo o entretenimiento." (Enfasis añadido). Foja 5176 del Expediente.

⁵³⁴ De acuerdo con su comunicado de prensa, en dieciocho meses, Total Play invirtió \$400,000,000.00 (cuatrocientos millones de dólares 00/100 USD), lo que equivale a \$6,642,360,000.00 (seis mil seiscientos cuarenta y dos millones trescientos sesenta mil pesos 00/100 M.N.), con base en una tasa de cambio promedio de \$16.61 (dieciséis pesos 61/100 M.N.), Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 5176 del Expediente AI/DC-002-2019



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

Participaciones de mercado y capacidad de fijar precios o restringir el abasto" y "V.2.3. Existencia y poder de competidores").⁵³⁵

(795) Con el fin de reducir los montos de inversión requeridos, las nuevas empresas podrían acceder a los diversos servicios mayoristas señalados en el párrafo 778 de la sección "V.2.2.1. Los costos financieros, los costos de desarrollar canales alternativos y el acceso limitado al financiamiento, a la tecnología o a canales de distribución eficientes". Por ejemplo, un potencial competidor que decidiera entrar a los mercados relevantes de la Operación ofreciendo el SBAF mediante los servicios de reventa de internet y de paquetes que provee el AEP en el sector de telecomunicaciones solo tendría que invertir en el sistema de facturación para cobrar por la provisión del SBAF.⁵³⁶ Sin embargo, al utilizar los servicios de reventa, en el corto plazo, la nueva empresa estará sujeta a las condiciones físicas y técnicas que ofrece el AEP en el sector de telecomunicaciones a sus usuarios finales.^{537,538} Además, como se indica en los párrafos 838 y 839 de la sección "V.2.4. Acceso a insumos", los servicios de reventa de internet o de paquetes aún son muy poco utilizados por los proveedores del SBAF.

(796) En conclusión, para entrar de manera efectiva a los mercados relevantes de la Operación, una empresa debe erogar inversiones considerables que le permitan desarrollar una RPT confiable y de alta capacidad para satisfacer la demanda de los clientes por servicios con mayor velocidad y calidad de transmisión. En ese sentido, la inversión requerida para ingresar a los mercados relevantes de la

⁵³⁵ Por ejemplo, Twister, quien ha sido el proveedor del SBAF con la participación de mercado más baja en Toluca, Estado de México, del dos mil quince al dos mil diecinueve, señaló que [REDACTED]

[REDACTED]. Al respecto, Twister manifestó que uno de los principales obstáculos económicos que ha enfrentado para desplegar redes cableadas que le permitan proveer el SBAF ha sido [REDACTED]

[REDACTED] Foja 1012 del Expediente.

⁵³⁶ De acuerdo con la OREDA 2019, los servicios de reventa comprenden la instalación del servicio, la habilitación de los servicios en la red y sistemas de gestión de Telmex y la provisión del servicio de voz y/o internet. Por su parte, "(l) a facturación a los usuarios finales de los servicios será responsabilidad del CS (concesionario solicitante) (...)". Además, para que el concesionario solicitante pueda realizar la facturación de sus clientes, el AEP en el sector de telecomunicaciones pone a disposición del solicitante la información de consumo necesaria para dicha facturación. Fuente: OREDA 2019, pp. 69 a 73, disponible para su consulta y descarga en el RPC.

⁵³⁷ Cabe señalar que el AEP en el sector de telecomunicaciones provee el SBAF siguiendo el mecanismo del "mejor esfuerzo". Al respecto, el Contrato Marco de Telmex incluye cláusulas sobre la calidad de la velocidad del servicio, las cuales señalan que la velocidad anunciada puede variar por diversos factores, como son las condiciones climáticas y la localización del domicilio del usuario. Fuente: OREDA 2019, pp. 69 a 73, disponible para su consulta y descarga en el RPC del IFT y Contrato Marco de Telmex, Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 5373 a 5407 del Expediente AI/DC-002/2019.

⁵³⁸ Las velocidades del SBAF que forman parte de la OREDA corresponde a un rango desde 10 Mbps a 50 Mbps para el servicio de reventa de internet, y de 3 Mbps a 200 Mbps para el servicio de reventa de paquetes. Asimismo, cabe advertir que incluso para el SAIB, la OREDA 2019 señala que "(l)as políticas comerciales que se prestarán a los CS (...) estarán sujetas a los SLA, perfiles y anchos de banda, (...) que Telmex utiliza para prestar los servicios a sus usuarios finales. (...) la configuración de velocidades de bajada y subida de datos en los equipos de acceso será la correspondiente a la oferta comercial de Telmex." (Énfasis añadido). Fuente: OREDA 2019, p. 69 a 73 y 122, disponible para su consulta y descarga en el RPC del IFT.

Operación y el plazo de recuperación de la misma, pueden configurar una barrera a la entrada.

V.2.2.3. La necesidad de contar con concesiones, licencias, permisos o cualquier clase de autorización o título habilitante expedido por Autoridad Pública, así como con derechos de uso o explotación protegidos por la legislación en materia de propiedad intelectual e Industrial

- (797) Para ingresar a los mercados relevantes del SBAF en donde tiene efectos la Operación, una empresa requiere obtener una concesión por parte del Instituto. El artículo 66 de la LFTyR establece que se requiere de una concesión única para prestar todo tipo de servicios públicos de telecomunicaciones, incluido el SBAF; asimismo, el artículo 67 de dicha ley señala que, de acuerdo con sus fines, la concesión única puede ser, entre otras, de uso comercial. Para obtener esta concesión es necesario cumplir con los requisitos establecidos por la LFTyR.⁵³⁹
- (798) Independientemente de si un entrante decide desplegar una RPT o solicitar acceso a los servicios mayoristas del AEP en el sector de telecomunicaciones, deberá obtener los permisos correspondientes de las autoridades estatales y municipales, principalmente, para la realización de obra civil, el uso de los derechos de vía y la instalación de diversos elementos de infraestructura (por ejemplo, postes, ductos, cableado subterráneo y aéreo, entre otros).⁵⁴⁰
- (799) Al respecto, la OCDE señaló que el estado actual de la normatividad municipal en México ha provocado reglas y procedimientos heterogéneos entre municipios y estados,⁵⁴¹ e incluso entre municipios de un mismo estado, lo cual genera un alto grado de incertidumbre jurídica y a su vez "(...) entorpece la capacidad de los operadores para tomar decisiones de inversión razonadas e informadas (...)".⁵⁴² Para las empresas que pretenden ofrecer el SBAF, esto podría configurar un cuello de botella, en especial, cuando se requiere desplegar una RPT, o realizar obras, ampliaciones o adecuaciones para acceder a los servicios mayoristas, con base en los cuales se pretende proveer el SBAF.

⁵³⁹ Artículo 73 de la LFTyR.

⁵⁴⁰ De conformidad con la OREDA 2019, "(e)l encargado de realizar una obra civil, ya sea Telmex o el CS (concesionario solicitante), será responsable de la tramitación de los permisos de dicha obra civil ante la autoridad competente." Fuente: OREDA 2019, p. 43, disponible para su consulta y descarga en el RPC del IFT.

⁵⁴¹ Conforme a la fracción III del artículo 105 de la CPEUM, los municipios tienen a su cargo las calles y áreas públicas (vía pública), la administración del desarrollo urbano y la zonificación, el control y vigilancia del uso de suelo, otorgar permisos de construcciones, entre otras. En ese sentido, los municipios cuentan con autonomía para regular aspectos específicos en el ámbito de las competencias antes referidas, incluidas las actividades relacionadas con el despliegue de infraestructura de telecomunicaciones.

⁵⁴² OCDE (2017). Estudio de la OCDE sobre telecomunicaciones y radiodifusión en México 2017. Edición OCDE, París. Págs. 176-178. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264280656-es>. Folias 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4824 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

- (800) En el mismo sentido, el catorce de noviembre de dos mil diecinueve esta Autoridad Investigadora emitió dos dictámenes preliminares dentro de los expedientes AI/DC-001-2018 y AI/DC-002-2018,⁵⁴³ mediante los cuales determinó, preliminarmente, que en 123 (ciento veintitrés) mercados relevantes del SBAF localizados en el Estado de México y en 43 (cuarenta y tres) mercados relevantes del SBAF localizados en el estado de Guanajuato, existen barreras a la competencia y libre concurrencia de tipo normativo, que generan efectos anticompetitivos en dichos mercados.
- (801) En el caso del Estado de México, se determinó que diversas disposiciones jurídicas contenidas en el Código Administrativo, el Código Financiero y el Reglamento de Comunicaciones del estado, que aplican para la obtención de la licencia de construcción e instalación de antenas de telecomunicaciones, y la respectiva licencia de uso de suelo, así como para el permiso de ejecución de obras en la vía pública (tendido en postes y canalizaciones subterráneas de cables de telecomunicaciones) y el pago de derechos correspondiente, configuran barreras a la competencia y libre concurrencia de tipo normativo.⁵⁴⁴
- (802) En Guanajuato, se identificó que diversas disposiciones jurídicas contenidas en el Código Territorial para el Estado y los Municipios de Guanajuato, que aplican para la obtención del permiso de construcción y/o instalación de antenas, el permiso de ocupación o modificación de la vía pública y el registro de perito de obra, configuran barreras a la competencia y libre concurrencia de tipo normativo.⁵⁴⁵
- (803) En este contexto, la Autoridad Investigadora concluyó que las barreras normativas identificadas restringen la entrada y expansión de oferentes del SBAF toda vez que: i) elevan los costos para desplegar una RPT propia; ii) generan incertidumbre sobre la factibilidad de ingresar o hacer crecer red de infraestructura propia; iii) restringen el acceso a los oferentes del SBAF a servicios mayoristas de telecomunicaciones y de infraestructura,⁵⁴⁶ y iv) restringen la capacidad de los oferentes del SBAF para

⁵⁴³ Mediante acuerdos números P/IFT/251119/740 y P/IFT/251119/741, aprobados por el Pleno del Instituto en su XXX Sesión Ordinaria celebrada el veinticinco de noviembre de dos mil diecinueve, el Pleno instruyó a la Unidad de Competencia Económica del Instituto realizar las gestiones necesarias para notificar los respectivos dictámenes preliminares a las autoridades públicas ahí señaladas, así como realizar todos los actos para darle trámite el procedimiento hasta su conclusión.

⁵⁴⁴ La ambigüedad, confusión y contradicción del texto normativo contenido en dichas disposiciones jurídicas estatales, se traduce en la existencia de regulaciones heterogéneas entre municipios respecto de las actividades de despliegue de infraestructura pasiva de telecomunicaciones, lo cual, a su vez, genera efectos anticompetitivos, toda vez que se restringe la entrada y expansión de los oferentes del SBAF en los mercados relevantes del Estado de México.

⁵⁴⁵ El Código Territorial estatal no especifica los requisitos necesarios para la realización de dichos trámites, lo cual se traduce en la existencia de regulaciones heterogéneas entre municipios, y eleva los costos y restricciones que enfrentan los interesados en desplegar infraestructura de telecomunicaciones en dos o más municipios del estado de Guanajuato.

⁵⁴⁶ Este efecto únicamente se determinó para el caso del Estado de México.

dar mantenimiento oportuno a sus RPT en el Estado México y en Guanajuato, respectivamente.⁵⁴⁷

- (804) En conclusión, para prestar el SBAF, independientemente del medio de transmisión que se utilice, se debe contar con un título de concesión única de uso comercial, para lo cual se debe cumplir con los requisitos establecidos por la LFTyR y el Instituto. Asimismo, para proveer el SBAF, se deben tramitar diversos permisos a nivel estatal y municipal, con el fin de desplegar, mantener y/o realizar adecuaciones en su red, los cuales podrían retrasar o elevar el costo de entrada de nuevos operadores a los mercados relevantes de la Operación, debido a la existencia de regulaciones municipales heterogéneas, aplicables al despliegue de infraestructura pasiva de telecomunicaciones fijas.

V.2.2.4. La inversión en publicidad requerida para que una marca o nombre comercial adquiera una presencia de mercado que le permita competir con marcas o nombres establecidos

- (805) De la información aportada por los agentes económicos, se advierte que el gasto en publicidad, como proporción de los ingresos que recibe cada agente económico por la provisión del SBAF, no es significativo. En el periodo de dos mil quince a dos mil dieciocho, a nivel nacional,⁵⁴⁸ el gasto anual en publicidad de los operadores que proveen el SBAF representó, en general, entre 0.01% y 9.31% de los ingresos percibidos por cada agente económico por la provisión del SBAF en dicho periodo. Solo en el caso [REDACTED], la proporción del gasto en publicidad fue mayor.^{549,550}
- (806) Así pues, de la información que obra en el Expediente, no es posible concluir que la inversión en publicidad constituya una barrera a la entrada insalvable en los mercados relevantes del SBAF.

V.2.2.5. Las limitaciones a la competencia en los mercados internacionales

- (807) La LFTyR, en los artículos 66 y 67, establece que las concesiones para prestar todo tipo de servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión son únicas y

⁵⁴⁷ Fojas 1333 a 1354 del Expediente.

⁵⁴⁸ Se presentan datos a nivel nacional por ser la mejor información disponible, de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE, Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1128, 1201, 1981, 2018, 3013, 3649 y 4013 del Expediente DC-002-2019.

⁵⁴⁹ El gasto en publicidad [REDACTED] con relación a sus ingresos del SBAF, en el periodo de dos mil quince a dos mil dieciocho, a nivel nacional, osciló entre 14.85% y 29.04%.

⁵⁵⁰ Información de gasto en publicidad e ingresos por la provisión del SBAF a nivel nacional de [REDACTED]. Se utilizaron datos de Ingresos agregados a nivel nacional, así como datos de gasto en publicidad a nivel nacional por ser la mejor información disponible de conformidad con el artículo 120 de la LFCE, Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1128, 1201, 1981, 3013, 3649 y 4013 del Expediente AI/DC-002-2019 y fojas señaladas en el "Anexo VI. Índice de fojas de Ingresos del Expediente AI/DC-002-2019".



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

pueden ser de uso comercial, público, privado y social. Dicha ley también establece que las concesiones únicas se otorgarán exclusivamente a personas físicas y morales con nacionalidad mexicana (artículo 71 de la LFTyR).

- (808) El SBAF no es susceptible de ser importado, toda vez que la contratación y la prestación del servicio están limitadas al territorio donde los suscriptores habitan y los concesionarios están autorizados a proveer el servicio. Las concesiones para otorgar el servicio deben ser solicitadas ante este Instituto debido a la naturaleza jurídica de las RPT.
- (809) En resumen, existen limitaciones a la competencia en los mercados internacionales, pero estas son inherentes a las limitaciones técnicas y comerciales propias del servicio y a su naturaleza jurídica, por lo que no son relevantes para este análisis.

V.2.2.6. Las restricciones constituidas por prácticas comunes de los Agentes Económicos establecidos en el mercado relevante

- (810) De la información que obra en el Expediente no se identificaron elementos que supongan la existencia de restricciones constituidas por prácticas de los agentes económicos que participan en los mercados relevantes de la Operación.

V.2.2.7. Los actos de Autoridad Pública o disposiciones jurídicas que discriminen en el otorgamiento de estímulos, subsidios o apoyos a ciertos productores, comercializadores, distribuidores o prestadores de servicios

- (811) Al respecto, no se tienen elementos en el Expediente que permitan suponer la existencia de actos de autoridades federales, estatales o municipales que discriminen en el otorgamiento de estímulos, subsidios o apoyos a ciertos productores, comercializadores, distribuidores o prestadores del SBAF.

V.2.2.8. Estadísticas de Ingreso a los mercados relevantes

- (812) En el periodo de diciembre de dos mil quince a marzo de dos mil diecinueve la entrada de proveedores del SBAF a los mercados relevantes de la Operación fue muy reducida.⁵⁵¹
- (813) En dos mil quince, Total Play entró a los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación; sin embargo, en ninguno de ellos ha obtenido participaciones de mercado significativas en términos de suscriptores: su participación de mercado más alta ascendió a 26.65% (en el primer trimestre de dos mil diecinueve ocupó el

⁵⁵¹ Solo para este periodo se cuenta con información desagregada de todos los agentes económicos que participan en los mercados relevantes de la Operación.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

tercer puesto en Toluca, Estado de México) y, en promedio, sus participaciones fueron de 7.88% durante el periodo analizado.⁵⁵²

- (814) En el caso de GTV, se observa que, en el periodo estudiado, participó, a través de su plataforma de cable, únicamente en 1 (uno) de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, a saber: Querétaro, Querétaro. Asimismo, en el periodo analizado, Twister únicamente participó en 1 (uno) de los 16 (dieciséis) mercados relevantes: Toluca, Estado de México.⁵⁵³
- (815) En conclusión, se determinó que los agentes económicos que deseen ingresar a los mercados relevantes a proveer el SBAF enfrentan barreras a la entrada derivadas de la necesidad de invertir montos elevados en el despliegue modernización y mantenimiento de infraestructura de red, así como por la dificultad de recuperar las inversiones realizadas en un periodo razonable. Aunado a ello, el acceso a financiamiento también puede representar una barrera a la entrada para aquellos agentes económicos que no cuenten con una base consolidada de suscriptores del SBAF o con una RPT confiable y de alta capacidad. Adicionalmente, los entrantes a los mercados relevantes deben tramitar diversos permisos a nivel estatal y/o municipal con el fin de realizar actividades relativas al despliegue de infraestructura pasiva de telecomunicaciones fijas.
- (816) Por lo tanto, dada la naturaleza y el tiempo que toma realizar proyectos de despliegue y modernización de infraestructura, así como el tiempo que requiere acumular una base de suscriptores que permita operar de manera rentable en un mercado, se considera que es poco probable que algún entrante pueda ingresar a ejercer presión competitiva en los mercados relevantes de la Operación en el corto plazo.

V.2.3. Existencia y poder de competidores

- (817) De acuerdo con la fracción III del artículo 59 de la LFCE, para determinar si uno o varios agentes económicos tienen poder sustancial en los mercados relevantes deberá considerarse, entre otros elementos, los siguientes:

III. La existencia y poder de sus competidores

⁵⁵² Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019".

⁵⁵³ La participación máxima de GTV en dicho mercado relevante fue de 25.06% en marzo de dos mil diecinueve. En promedio GTV ha obtenido una participación de 19.98% en términos de suscriptores, en el periodo comprendido de diciembre de dos mil quince a marzo de dos mil diecinueve. Por su parte, la participación máxima de Twister en dicho mercado relevante fue de 0.89% en dos mil diecisiete. En promedio Twister ha obtenido una participación de 0.82% en términos de suscriptores, en el periodo comprendido de diciembre de dos mil quince a marzo de dos mil diecinueve.

- (818) La Tabla 39 muestra la cantidad de mercados relevantes de la Operación en los que tiene presencia cada agente económico, el rango de sus participaciones de mercado (máximo, mínimo y promedio de participaciones en términos de suscriptores), así como el número de mercados relevantes en los que, en su caso, el agente económico ocupa la primera y segunda posición.

Tabla 39. SBAF. Presencia y posicionamiento de los competidores en los mercados relevantes de la Operación. Marzo 2019.

Agente económico	Mercados relevantes	Participaciones (%)			1 ^{ra} posición	2 ^{da} posición
		Máximo	Mínimo	Promedio		
Telmex	16	66.55	10.36	39.04	8	8
Megacable	16	88.65	30.21	48.65	8	8
GTV	1	25.06	25.06	25.06	0	0
Total Play	16	26.65	0.41	10.70	0	0
Twister	1	0.82	0.82	0.82	0	0

Nota: Las cifras se calcularon con información posterior a la Operación.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por los agentes económicos, Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y en el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

- (819) De la tabla anterior se desprende que: Telmex, Megacable y Total Play tienen presencia en los 16 (dieciséis) mercados relevantes involucrados en la Operación. En dichos mercados, Megacable posee la mayor participación promedio, en términos de suscriptores del SBAF (48.65%), seguido de Telmex (39.04%) y otros competidores de menor tamaño como GTV y Total Play.
- (820) A su vez, de la Tabla 39, se desprende que Telmex y Megacable son líderes en la misma cantidad de mercados relevantes. En los 8 (ocho) mercados relevantes en los que Megacable es líder, en promedio, hay una diferencia en participaciones de mercado de 31.01 (treinta y uno punto uno) puntos porcentuales respecto al segundo competidor en importancia, que es Telmex. Sin embargo, 6 (seis) de estos 8 (ocho) mercados relevantes son mercados pequeños, en términos de suscriptores,⁵⁵⁴ que se localizan contiguamente a mercados relevantes de mayor tamaño en donde Telmex tiene mayor presencia.⁵⁵⁵ En los 2 (dos) mercados relevantes restantes (de aquellos en los que Megacable es líder),⁵⁵⁶ la participación promedio de Telmex es 34.34%, que está 12.27 (doce punto veintisiete) puntos porcentuales por debajo de la participación promedio de Megacable en dichos mercados relevantes.

⁵⁵⁴ El número de suscriptores en los 6 (seis) mercados relevantes de referencia representa únicamente el 9.98% del total de suscriptores en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación. Estos 6 (seis) mercados relevantes son: (1) San Mateo Atenco, Estado de México; (2) Zinacantan, Estado de México; (3) Tonala, Jalisco (4) Cuautlancingo, Puebla; (5) Corregidora, Querétaro y (6) El Marqués, Querétaro.

⁵⁵⁵ En los mercados relevantes de Toluca, Estado de México; Guadalajara, Jalisco; Puebla, Puebla y Querétaro, Querétaro, la participación promedio de Telmex es de 41.99% y es líder en los tres primeros.

⁵⁵⁶ En referencia a los mercados relevantes de León y Querétaro.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

- (821) Por otro lado, de la Tabla 40 se advierte que, en términos de extensión de red, al primer trimestre de dos mil diecinueve, Telmex [REDACTED] en las entidades federativas en las que se ubican los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación (Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Puebla y Querétaro).⁵⁵⁷ En estas 5 (cinco) entidades federativas, la red cableada de Telmex sumó [REDACTED] kilómetros, [REDACTED] kilómetros que suma el total de red cableada de Megacable en dichas entidades federativas. A continuación, se muestra la extensión de la red cableada de los principales agentes económicos del SBAF por entidad federativa.

Tabla 40. Red cableada total (en kilómetros), por entidad federativa. Marzo 2019.

Agente Económico	Estado de México	Guanajuato	Jalisco	Puebla	Querétaro
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Nota: Cifras antes de la Operación.

Fuente: Elaboración propia con base en Información proporcionada por los agentes económicos. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004, 1226, 3013, 3878 y 4013 del Expediente AI/DC-002-2019.

- (822) En particular, a marzo de dos mil diecinueve, la red cableada de Telmex representó el [REDACTED] del total de red en dichas entidades federativas, mientras que, Megacable tuvo [REDACTED] del total en dichas entidades federativas.
- (823) Además, de dos mil quince a dos mil dieciocho, a nivel nacional,⁵⁵⁸ Telmex ha sido la empresa proveedora del SBAF que [REDACTED]. Específicamente, durante el dos mil dieciocho, Telmex fue el proveedor del SBAF que [REDACTED], lo que le ha permitido ofrecer productos de voz, video y datos de alta calidad en todas las regiones en las que opera.⁵⁵⁹
- (824) Por lo tanto, si bien Megacable es líder en 8 (ocho) mercados relevantes del SBAF, Telmex es el agente económico que tiene [REDACTED]

⁵⁵⁷ Se utilizan datos a nivel de entidad federativa por ser la mejor información disponible, de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE.

⁵⁵⁸ Se utilizan datos a nivel nacional por ser la mejor información disponible y comparable entre agentes económicos, de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE.

⁵⁵⁹ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas de acuerdo al "Anexo VIII. Índice de fojas de inversión en infraestructura del Expediente AI/DC-002-2019".

_____ en las entidades en las que se ubican dichos mercados relevantes. En consecuencia, se considera que existen indicios de que Telmex tiene capacidad para ejercer presión competitiva a Megacable en los mercados relevantes de la Operación en donde este último es líder.

V.2.4. Acceso a Insumos

- (825) Conforme a la fracción IV del artículo 59 de la LFCE para determinar si uno o varios agentes económicos tienen poder sustancial en los mercados relevantes deberá considerarse, entre otros elementos, los siguientes:

IV. Las posibilidades de acceso del o de los Agentes Económicos y sus competidores a fuentes de insumos;

- (826) El análisis de acceso a insumos que se presenta en esta sección resulta aplicable para todos los mercados relevantes del SBAF en donde tiene efectos la Operación. Esto es así debido a que las posibles restricciones normativas y físicas que enfrentan los agentes económicos para acceder a los insumos son similares entre los mercados relevantes analizados.
- (827) En el caso del SBAF, el principal insumo que requieren los proveedores es una red pública de telecomunicaciones para distribuir el servicio.

V.2.4.1. Acceso a redes

- (828) Para proveer el SBAF en los mercados relevantes es necesario contar con una red de telecomunicaciones propia y/o arrendar infraestructura a terceros. La capacidad que tiene un concesionario que ya participa en los mercados relevantes de la Operación para acceder a infraestructura de red dependerá de las restricciones normativas y físicas que enfrente. A continuación, se analizan estos dos aspectos.

V.2.4.1.1. Restricciones normativas

- (829) Como se señaló en la sección "V.2.2.3. La necesidad de contar con concesiones, licencias, permisos o cualquier clase de autorización o título habilitante expedido por Autoridad Pública, así como con derechos de uso o explotación protegidos por la legislación en materia de propiedad intelectual e industrial", los proveedores del SBAF necesitan un título de concesión que les permita proveer el servicio,⁵⁶⁰ así

⁵⁶⁰ Los proveedores del SBAF necesitan contar con la concesión única, a la que se refiere el artículo 3, fracción XII, de la LFTyR.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

como obtener permisos y licencias de las autoridades estatales y municipales para desplegar la infraestructura de red.⁵⁶¹

V.2.4.1.2. Restricciones físicas

- (830) Los concesionarios que proveen el SBAF a través de medios cableados y que deseen expandir su red pueden desplegar su propia infraestructura pasiva y/o arrendar algunos elementos de la infraestructura de terceros tales como la CFE o el AEP en el sector de telecomunicaciones.
- (831) En cuanto a la capacidad de desplegar una RPT propia, se advierte que, en el periodo de dos mil quince a dos mil dieciocho, a nivel nacional, Telmex fue la empresa proveedora del SBAF que [REDACTED].⁵⁶² Además, Telmex es el proveedor del SBAF que cuenta con [REDACTED].⁵⁶³
- (832) Respecto a la opción de utilizar la Infraestructura pasiva de la CFE para la ampliación de la RPT, se advierte que, durante dos mil dieciocho, Megacable fue el proveedor del SBAF [REDACTED].

⁵⁶¹ Entre estos permisos y licencias se encuentran aquellos necesarios para la realización de obra civil, el uso de los derechos de vía y la instalación de diversos elementos de Infraestructura (por ejemplo, postes, ductos, cableado subterráneo y aéreo, entre otros). Al respecto, la OCDE señaló que el estado actual de la normatividad municipal en México ha provocado reglas y procedimientos heterogéneos entre municipios y estados, e incluso entre municipios de un mismo estado, lo cual genera un alto grado de incertidumbre jurídica y a su vez "(...) entorpece la capacidad de los operadores para tomar decisiones de inversión razonadas e informadas". OCDE (2017). Estudio de la OCDE sobre telecomunicaciones y radiodifusión en México 2017. Ediflions OCDE. París. Págs. 176-178. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264280656-es>. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Foja 4824 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁵⁶² De acuerdo con Información consolidada proporcionada por Telmex, en este periodo dicho agente económico reportó una inversión de más de [REDACTED].

[REDACTED] GTV, [REDACTED] Megacable, con [REDACTED] Total Play con [REDACTED]. Se consideran datos nacionales por ser la mejor información disponible que es comparable entre AMX, GTV, Megacable y Total Play, de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004, 2513, 3013, 4013 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁵⁶³ Al primer trimestre de dos mil diecinueve, Telmex reportó [REDACTED] km de red en las entidades federativas en las que se encuentran los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, [REDACTED] Megacable con [REDACTED] km, [REDACTED] Total Play [REDACTED] km, [REDACTED] GTV reportó [REDACTED] km (en cuyo caso se toma en cuenta únicamente los km de red que GTV reportó en el estado de Querétaro, que es la única entidad federativa vinculada a la Operación en la cual provee el SBAF). Las cifras de Megacable no toman en cuenta los km de red adquiridos mediante la Operación. Se presentan datos a nivel estatal por ser la mejor información disponible y consistente entre AMX, GTV, Megacable y Total Play, de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004, 1226, 3013, 3878 y 4013 del Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

del total de postes arrendados a la CFE dichas entidades federativas fueron arrendados por Megacable).⁵⁶⁴

(833) Cabe señalar que durante el periodo de dos mil catorce a dos mil diecisiete, un porcentaje importante de las solicitudes de uso de los postes de CFE fueron rechazadas, siendo el principal motivo de rechazo la falta de capacidad para aceptar un cable adicional (el número de cables permitidos era de dos).⁵⁶⁵ Al respecto, el veintinueve de octubre de dos mil dieciocho, la Comisión Reguladora de Energía publicó en el DOF las "*Disposiciones Administrativas de Carácter General para permitir a los Prestadores de Servicios de la Industria de Telecomunicaciones el acceso a las instalaciones y derechos de vía del Sistema Eléctrico Nacional*", las cuales permiten el acceso a un mayor número posible de prestadores de servicios de telecomunicaciones.⁵⁶⁶ Toda vez que las disposiciones mencionadas entraron en vigor en el año dos mil diecinueve, no se cuenta con información respecto al grado en el cual se ha facilitado el acceso a este insumo.

(834) Adicionalmente, los proveedores del SBAF pueden acceder a la infraestructura pasiva del AEP en el sector de telecomunicaciones, en virtud de las medidas impuestas por el IFT que lo obligan a brindar el servicio de acceso y uso compartido de infraestructura.⁵⁶⁷ Sin embargo, de acuerdo con la información disponible, se advierte que los proveedores del SBAF recurren solo de manera marginal al arrendamiento de infraestructura pasiva del AEP en el sector de

⁵⁶⁴ Durante dos mil dieciocho, Megacable [redacted] arrendador de postes de la CFE en los estados de Guanajuato, Jalisco, Puebla, Querétaro y Estado de México, con un total de [redacted] postes, [redacted] Total Play con [redacted] postes, Axtel con [redacted] postes, y GTV con [redacted] postes (en el caso de GTV se toma en cuenta únicamente el número de postes arrendados en el estado de Querétaro, toda vez que solo en este estado provee el SBAF a través de medios cableados). Por su parte, Telmex [redacted]. De acuerdo a información proporcionada por los agentes económicos. Se presentan datos a nivel estatal por ser la mejor información disponible y consistente entre Axtel, AMX, GTV, Megacable y Total Play, de conformidad con lo establecido por el artículo 120 de la LFCE, Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 1004, 1226, 1333 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁵⁶⁵ Por ejemplo, de dos mil catorce al dos mil diecisiete, en 5 (cinco) de las 16 (dieciséis) divisiones de la CFE (correspondientes al Estado de México) se presentaron un total de [redacted] solicitudes para la instalación de cableado en postes de la CFE, de las cuales [redacted] fueron rechazadas (los rechazos representaron el [redacted] del total de solicitudes presentadas). De las solicitudes rechazadas, el [redacted] se debieron a la falta de capacidad de carga en los postes solicitados. En este sentido, Twister señaló que entre los principales obstáculos que enfrenta para desplegar redes cableadas que le permitan proveer el STAR, SBAF y STF se encuentran [redacted]

[redacted] Fojas 1827 a 1834 y 1012 del Expediente, Fojas 5453 A 5456 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁵⁶⁶ Se definió un límite por peso, en lugar de un límite por número de cables permitidos en un poste (máximo 250 kg/km por concesionario, con capacidad máxima de 1,000 kg/km).

⁵⁶⁷ Estas medidas incluyen la obligación del AEP en el sector de telecomunicaciones de arrendar infraestructura pasiva, como postes y cableado de telecomunicaciones a cualquier concesionario de RPT que lo solicite, sobre bases no discriminatorias, considerando las condiciones ofrecidas a sus propias operaciones y sin otorgar derechos de exclusividad. Revisión bienal, Anexo 1, medida Decimoquinta y Anexo 2, medida Vigésima Tercera.

telecomunicaciones. Por ejemplo, en dos mil dieciocho, de los agentes económicos que participan en los mercados relevantes de la Operación, [REDACTED]⁵⁶⁸ arrendó postes al AEP en el sector de telecomunicaciones en las entidades federativas en las que se ubican los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación,⁵⁶⁹ los cuales representaron un porcentaje [REDACTED] del total de postes arrendados ([REDACTED]).⁵⁷⁰

- (835) Entre los factores que pueden explicar el poco uso de la infraestructura pasiva del AEP en el sector de telecomunicaciones por parte de otros proveedores del SBAF, se encuentran la complejidad técnica del proceso para acceder a este servicio y el tiempo que puede tomar llevarlo a cabo. Por ejemplo, [REDACTED] que enfrenta incertidumbre sobre la ejecución plena de los proyectos, ya sea "por la disponibilidad de compartición y/o por la obtención de permisos".⁵⁷¹
- (836) Adicionalmente, respecto a los obstáculos identificados para acceder a la infraestructura pasiva de terceros, [REDACTED] que "el principal problema es la implementación toda vez que es un proceso lento" en virtud de los tiempos involucrados en el proceso de la visita técnica,⁵⁷² los cuales pueden extenderse dependiendo del nivel de información técnica requerida en cada anteproyecto.⁵⁷³
- (837) Por su parte, [REDACTED] manifestó que los procesos para arrendar infraestructura pasiva de terceros "suelen ser complejos por el nivel técnico que conllevan y el tiempo que le dedican las empresas".⁵⁷⁴
- (838) Por otro lado, los agentes económicos que proveen el SBAF también pueden solicitar servicios de desagregación del bucle local del AEP en el sector de telecomunicaciones, tales como: SAIB, SRI y SRP. En la Tabla 41 se muestran las solicitudes por servicio realizadas anualmente durante el periodo comprendido entre dos mil dieciséis y dos mil dieciocho.

(espacio en blanco)

⁵⁶⁸

⁵⁶⁹ [REDACTED] reportaron que, durante dos mil dieciocho, no arrendaron postes del AEP en el sector de telecomunicaciones en las entidades federativas donde tuvo efectos la Operación. Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004, 1226, 1333, 1685 y 4911 del Expediente AI/DC-002-2019.

⁵⁷⁰ Fojas 1827 a 1834 del Expediente. Fojas 1004, 1226, 1333, 1685 y 4911 del Expediente.

⁵⁷¹ Fojas 1333 a 1342 del Expediente. Fojas 1936 a 2012 del Expediente AI/DC-001-2018.

⁵⁷² Se refiere a la actividad conjunta por parte del concesionario o autorizado que solicita el servicio y del proveedor del servicio a fin de analizar y concretar *in situ* los elementos sobre los que efectivamente se podrá ejercer el acceso y uso compartido de infraestructura pasiva.

⁵⁷³ Fojas 1333 a 1342 del Expediente. Fojas 1936 a 2012 del Expediente AI/DC-001-2018.

⁵⁷⁴ Fojas 1333 a 1342 del Expediente. Fojas 2038 a 2218 del Expediente AI/DC-001-2018.

Tabla 41. Solicitudes de servicios de desagregación del bucle local presentadas al AEP por servicio, a nivel nacional, 2016-2018.

Servicios	2016	2017	2018
Servicio de Acceso Indirecto al Bucle			
SAIB	56	812	5,217
Servicios de Reventa			
SRI	301	394	6,275
SRP	76	1,075	5,667

Fuente: Elaboración propia con datos de los Informes trimestrales del cumplimiento de las medidas y la regulación asimétrica impuestas al AEP en el sector de telecomunicaciones.⁵⁷⁵

(839) A pesar de que el número de solicitudes para los servicios de compartición de infraestructura se incrementó en el periodo de dos mil dieciséis a dos mil dieciocho, el uso de dichos servicios aún no es representativo. Esto debido a que cada solicitud está encausada a la provisión del SBAF a un solo suscriptor y, al dos mil dieciocho, el total de solicitudes de compartición de los servicios descritos en la Tabla 41 representaron menos del 0.1% del total de suscriptores del SBAF a nivel nacional.⁵⁷⁶

(840) En suma, Telmex es el proveedor del SBAF que [REDACTED], además, ha demostrado [REDACTED]. Adicionalmente, se observa que, algunos oferentes del SBAF han enfrentado obstáculos para acceder a la infraestructura pasiva de terceros, principalmente, debido a que los procesos para el acceso y uso compartido de infraestructura del AEP en el sector de telecomunicaciones suelen ser complejos y prolongados, en virtud del nivel de Información técnica que se requiere. En este sentido, se observa que, si bien las solicitudes de compartición de infraestructura han aumentado, no representan un porcentaje significativo del total de suscriptores del SBAF. Por último, la obtención de los permisos y licencias correspondientes ante las autoridades estatales y municipales puede entorpecer el despliegue de la infraestructura de red.

V.2.5. El comportamiento reciente del o los agentes económicos que participan en dicho mercado

(841) La fracción V del artículo 59 de la LFCE establece que para determinar si uno o varios agentes económicos tienen poder sustancial en el mercado relevante, se debe analizar:

⁵⁷⁵ De acuerdo con Información del RPC. Informes disponibles en la siguiente liga: <http://www.ift.org.mx/registro-publico-de-concesiones/informes-trimestrales-de-cumplimiento-de-agentes-economicos-preponderantes>. Para el año dos mil dieciséis, se consideraron los reportes del tercer y cuarto trimestres. Se utiliza información a nivel nacional, toda vez que es la mejor información disponible, de conformidad con el artículo 120 de la LFCE.

⁵⁷⁶ En dos mil dieciocho, el total de suscriptores del SBAF, a nivel nacional, fue de [REDACTED]. Fojas de acuerdo al Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019, Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

V. El comportamiento reciente del o los Agentes Económicos que participan en dicho mercado,

- (842) En relación con lo anterior, esta Autoridad Investigadora no encontró antecedentes que hayan causado estado respecto al comportamiento reciente de Megacable, que permitan señalar que este ha realizado conductas anticompetitivas en los mercados relevantes del SBAF.

V.2.6. Otros criterios

- (843) Por último, para determinar la existencia de poder sustancial en los mercados relevantes, el artículo 59 de la LFCE dispone tomar en cuenta:

VI. Los demás (elementos) que se establezcan en las Disposiciones Regulatorias, así como los criterios técnicos que para tal efecto emita (el Instituto).

- (844) En relación con la fracción anterior, el artículo 8 de las Disposiciones Regulatorias establece:

Artículo 8. Para determinar si uno o varios Agentes Económicos tienen poder sustancial en el mercado relevante, de conformidad con la fracción VI del artículo 59 de la Ley, se pueden considerar, entre otros, los criterios siguientes:

(...)

V.2.6.1. El grado de posicionamiento de los bienes o servicios en el mercado relevante

- (845) En los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, los paquetes de Megacable que incluyen el SBAF [REDACTED]. A pesar de ello, en la mayoría de los mercados relevantes,⁵⁷⁷ dichos paquetes [REDACTED] [REDACTED]⁵⁷⁸ los cuales se posicionan como los más vendidos.⁵⁷⁹

- (846) Por otro lado, [REDACTED], en la mayoría de las entidades federativas que engloban los mercados relevantes de la Operación, Megacable cuenta con [REDACTED]

⁵⁷⁷ El paquete [REDACTED] en 15 (quince) de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación.

⁵⁷⁸ Telmex sólo ofrece el SBAF de manera individual y empaquetado con el STF en la modalidad *doble play*.

⁵⁷⁹ El paquete que incluye el SBAF [REDACTED], en el agregado de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, es el [REDACTED], el cual fue consumido por el [REDACTED] de los suscriptores, por su parte el paquete que incluye el SBAF [REDACTED] es el [REDACTED], el cual fue consumido por el [REDACTED] del total de los suscriptores que consumen SBAF en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación. Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 3669 a 3670 del Expediente AI/DC-002-2019. Fojas señaladas en el "Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019" y el "Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019".

[REDACTED], la red cableada de Telmex es, en promedio, [REDACTED] en todos los estados donde se localizan los mercados relevantes de la Operación. Asimismo, Telmex es el agente económico que cuenta con [REDACTED]

(véase párrafo 823 de la sección "V.2.3. Existencia y poder de los competidores").

- (847) Por lo tanto, si bien en 5 (cinco) mercados relevantes, luego de la Operación, Megacable es líder con participaciones superiores a 35%, existen indicios de que Telmex puede ejercerle presión competitiva a Megacable en los mercados relevantes en donde este último es líder, ya que, primero, los paquetes de Telmex que incluyen el SBAF [REDACTED] en la mayoría de los mercados relevantes de la Operación y segundo, Telmex [REDACTED]

V.2.6.2. La falta de acceso a importaciones o la existencia de costos elevados de internación

- (848) La prestación del SBAF requiere que el oferente cuente con la infraestructura de red y los títulos de concesión que le permitan ofrecer el servicio en los mercados relevantes, los cuales se encuentran ubicados dentro del territorio nacional, por lo cual no es posible que el acceso a dichos servicios sea a través de la importación de los mismos.

V.2.6.3. La existencia de diferenciales elevados en costos que pudieran enfrentar los consumidores al acudir a otros proveedores

- (849) Las presiones competitivas en un mercado pueden provenir del lado de la demanda, en específico, cuando los consumidores tienen la posibilidad de cambiarse de proveedores sin incurrir en altos costos. En los mercados relevantes de la Operación, sin embargo, se detectan prácticas comerciales particulares que pueden inhibir la movilidad de los consumidores.
- (850) Al respecto, algunos oferentes del SBAF establecen plazos forzosos en las relaciones contractuales para prestar el servicio al suscriptor y fijan plazos y penalizaciones en caso de que este quiera terminar el contrato de manera anticipada. Estas prácticas suelen estar justificadas cuando tienen por objeto recuperar las inversiones realizadas para la prestación del servicio; sin embargo, incrementan los costos de los usuarios de cambiarse de proveedor.
- (851) En el contrato de adhesión de suscriptores (en la modalidad *triple play*) de Megacable se establece un plazo mínimo forzoso de hasta 12 (doce) meses. Asimismo, en caso de que el suscriptor cancele el contrato de manera anticipada (incumpla con el plazo mínimo), deberá pagar el equivalente al 20% del importe

de las contraprestaciones mensuales que hayan quedado pendientes de ser cubiertas hasta la terminación del plazo forzoso contratado.⁵⁸⁰

- (852) En estos rubros, los términos en el contrato de Megacable son similares a los del contrato de adhesión de los suscriptores de Twister, el cual es el concesionario más pequeño que se analizó en los 16 (dieciséis) mercados relevantes.⁵⁸¹ Por ejemplo, el contrato de Twister establece lo siguiente:

"EL SUSCRIPTOR" contratará al servicio con un plazo forzoso no mayor a doce meses, a partir de la firma de aceptación del presente contrato y hasta dicho plazo. (...) La cancelación del servicio de manera anticipada por parte de "EL SUSCRIPTOR" no lo exime del pago de las cantidades endeudadas a "EL PROVEEDOR" por los servicios efectivamente prestados. (...) Si cualquiera de las partes decide dar por terminado el contrato de manera anticipada tendrán que pagar una pena convencional equivalente al 20% sobre los meses restantes de la vigencia del contrato. Del mismo modo "EL SUSCRIPTOR" deberá permitir el retiro de las instalaciones realizadas en el domicilio de "EL SUSCRIPTOR".

- (853) En el caso de Telmex, su contrato (en la modalidad doble play) establece que: "(...) El CONSUMIDOR podrá elegir entre recibir en comodato una UNIDAD TERMINAL DE DATOS de una o doble banda por un plazo indeterminado, o rentar una UNIDAD TERMINAL DE DATOS de doble banda por un plazo mínimo forzoso de 6 (seis) meses". En caso de cancelación anticipada, los suscriptores que eligieron la segunda opción están obligados a "(...) pagar a TELMEX por concepto de cargo por arrendamiento de la UNIDAD TERMINAL DE DATOS la mitad de la cantidad señalada en la Solicitud de Servicio por el tiempo remanente".⁵⁸²
- (854) Finalmente, el contrato (en la modalidad triple play) de Total Play establece un costo de instalación y un plazo mínimo de contratación opcional.⁵⁸³ En caso que el suscriptor así lo decida, la contratación del servicio puede llegar a establecer un plazo forzoso máximo de 18 (dieciocho) meses. En caso de la terminación anticipada del servicio, el suscriptor que eligió el plazo forzoso debe pagar el monto que corresponde a los meses restantes de dicho plazo.⁵⁸⁴
- (855) En suma, se advierte que diversos concesionarios que ofrecen el SBAF en los mercados relevantes de la Operación, suelen establecer condiciones similares en los contratos de adhesión respecto a los plazos forzosos y la permanencia de sus

⁵⁸⁰ Folio de inscripción en el RPC 26269 (veintiséis mil doscientos sesenta y nueve).

⁵⁸¹ Folio de inscripción en el RPC 25839 (veinticinco mil ochocientos treinta y nueve).

⁵⁸² Folio de inscripción en el RPC 38818 (treinta y ocho mil ochocientos dieciocho).

⁵⁸³ La alternativa es una vigencia indefinida que permite a Total Play modificar los términos y condiciones, así como las tarifas del contrato.

⁵⁸⁴ Folio de inscripción en el RPC 34670 (treinta y cuatro mil seiscientos setenta).



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

suscriptores, las cuales limitan la posibilidad de los mismos de cambiarse de proveedor del SBAF.

Conclusiones

1. La presente investigación se inició en virtud de lo establecido por el quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio y tomando en consideración la resolución emitida por el Pleno del Instituto el siete de agosto de dos mil diecinueve, dentro del expediente UCE/AVC-001-2019. En dicha resolución el Pleno concluyó que la concentración relativa a la adquisición por parte de Megacable de los "(...) activos (...) necesarios para prestar los servicios de internet, telefonía y televisión de paga con tecnología de fibra óptica directa al hogar, incluida parte de la cartera de clientes de Axtel, limitada a aquellos que corresponden al segmento masivo (...) en cinco áreas geográficas (...)" cumplió con los requisitos establecidos en los Incisos a, al d. del primer párrafo del Artículo Noveno Transitorio.
2. El quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio ordena investigar la existencia de poder sustancial que pueda resultar de la concentración realizada al amparo del multicitado artículo:
El Instituto Investigará dichas concentraciones en un plazo no mayor a noventa días naturales y en caso de encontrar que existe poder sustancial en el mercado de redes de telecomunicaciones que presten servicios de voz, datos o video o en el de radio y televisión según el sector que corresponda, podrá imponer las medidas necesarias para proteger y fomentar en dicho mercado la libre competencia y concurrencia, de conformidad con lo dispuesto en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la Ley Federal de Competencia Económica sin perjuicio de las concentraciones a que refiere el presente artículo.
3. Por tanto, la investigación de la concentración prevista en el quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio, debe limitarse a las circunstancias de la operación que sea celebrada, por lo que se toma en cuenta el o los mercados relevantes en donde tuvo efectos la concentración.
4. Este alcance es consistente con la *ratio legis* del Artículo Noveno Transitorio, tal y como fue expresada en el Dictamen de las Comisiones Unidas de Comunicaciones y Transportes, Radio, Televisión y Cinematografía, y de Estudios Legislativos, del Senado de la República (Dictamen de la LFTyR) de la siguiente manera:

Desde luego, el hecho de que se proponga que no se requiera la autorización del Instituto para las concentraciones que cumplan con las condiciones arriba descritas no implide que, con fundamento en el artículo 61 de la Ley Federal de Competencia Económica, el Instituto realice una



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

Investigación para determinar si el objetivo de la concentración o su efecto es obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la libre concurrencia o la competencia económica y, en caso de encontrar que existe poder sustancial en alguno de los mercados que integran el sector, podrá imponer las medidas necesarias para proteger y fomentar en dicho mercado la competencia y libre concurrencia, de conformidad con el Proyecto de Decreto. De esta forma se permite la consolidación de la industria dentro del sector correspondiente, pero si ya realizada la consolidación pudiera existir un poder sustancial de mercado, el Instituto, en su caso, aplicará las medidas correctivas correspondientes. Con ello se logra el fin deseado de generar competidores más robustos para enfrentarse al preponderante, pero se mantiene la posibilidad de corregir las probables distorsiones en el mercado por el nacimiento de dichos competidores.⁵⁸⁵ (Énfasis añadido).

5. En ese sentido, en el Dictamen de la LFTyR, el legislador estimó conveniente que las operaciones en las que se plantee la concentración de agentes económicos en sectores donde exista un agente económico preponderante, deben hacerse del conocimiento del Instituto mediante un aviso por escrito, con los mismos elementos formales que corresponden a una notificación de concentración, pero sin sujetar tal concentración a una autorización previa del Instituto.
6. Asimismo, la investigación de la concentración debe ceñirse al plazo de noventa días naturales establecido por el quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio y no el plazo señalado en el artículo 96, fracción IV, de la LFCE, en virtud de que el procedimiento de investigación de concentraciones previsto en este artículo, trata de un régimen de excepción de notificación de concentraciones para los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, que obedece al propósito establecido por el legislador en la LFTyR. Lo anterior, sin perjuicio de que el Instituto observe las disposiciones correspondientes al análisis de determinación de poder sustancial establecido en la LFCE que tengan aplicabilidad en la evaluación de la concentración investigada, esto es, determinar el mercado relevante en los términos previstos por el artículo 58 de la LFCE, así como determinar la posible existencia del poder sustancial bajo los parámetros señalados por el diverso 59 de la LFCE, conforme lo dispuesto en el artículo 96 de la LFCE que prevé la investigación de agentes económicos con poder sustancial de mercado.

⁵⁸⁵ Dictamen de las Comisiones Unidas de Comunicaciones y Transportes, de Radio, Televisión y Cinematografía, y de Estudios Legislativos del Senado de la República, con proyecto de Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión; p. 346. Consultable en: http://infosen.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/62/2/2014-07-04-1/assets/documentos/DICTAMEN_MATERIA_TELECOMUNICACIONES.pdf.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

7. El artículo 96 de la LFCE establece el procedimiento para determinar si uno o más agentes económicos tienen poder sustancial en un mercado relevante. Aunque la LFCE no define el término "*mercado relevante*", la jurisprudencia del Poder Judicial de la Federación ha señalado que se trata de un marco de referencia que "*(...) se compone de todos los productos que son razonablemente intercambiables o sustituibles (...). En forma más simple, el "mercado relevante" es el espacio geográfico en el que se ofrecen o demandan productos o servicios similares, lo que le otorga una doble dimensión: De productos o servicios y geográfica o territorial*". En ese contexto, el artículo 58 de la LFCE establece los criterios para definir el mercado relevante.
8. En cuanto al mandato del Artículo Noveno Transitorio se debe precisar que, a pesar de que dicho artículo señala que se investigará la existencia de poder sustancial en "*(...) el mercado de redes de telecomunicaciones que presten servicios de voz, datos o video o en el de radio y televisión, según el sector que corresponda*", esta disposición no define el mercado relevante sino únicamente el mercado investigado.
9. El mercado investigado es un concepto genérico que indica el mercado en el que se desarrollará la investigación. En contraste, el mercado relevante es un concepto técnico y específico, el cual se determina una vez concluida la misma, con base en el análisis establecido por la normatividad de competencia.
10. En ese sentido, la determinación de un mercado relevante no puede obedecer a la definición formal de una actividad, bien o servicio, sino que se realiza tomando en cuenta las condiciones reales en las que los bienes o servicios concurren y se intercambian en el mercado.
11. En consecuencia, los mercados relevantes que se determinan en el Dictamen Preliminar corresponden al análisis realizado conforme al artículo 58 de la LFCE, a partir de la evidencia e información obtenidas durante la investigación prevista en el artículo 96 de la LFCE, y conforme al mandato establecido en el Artículo Noveno Transitorio.
12. Los servicios en los que coinciden las partes involucradas en la Operación (Megacable y Axtel) son: el STAR, el STF y el SBAF.
13. En el caso del STAR, para delimitar la dimensión producto del mercado relevante de la Operación se analizó, desde la perspectiva de la demanda y desde la perspectiva de la oferta: i) la sustitución del STAR provisto a través de las distintas tecnologías de transmisión (cable coaxial, IPTV y satelital); ii) la sustitución entre el STAR y el servicio de televisión radiodifundida; iii) la sustitución entre el STAR y los servicios que proveen contenidos audiovisuales a través de



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

internet (servicios OTT), y iv) la sustitución entre las distintas modalidades de provisión del STAR: *single play*, *doble play* y *triple play*. Al respecto, se concluyó que las diferentes tecnologías de transmisión del STAR forman parte del mismo mercado relevante, que el servicio de televisión radiodifundida y los servicios OTT no son sustitutos del STAR, y que no existe un mercado relevante de paquetes, sino que el STAR provisto en cualquier modalidad (*single play*, *doble play* y *triple play*) forma parte del mismo mercado relevante.

14. En relación con la dimensión geográfica del mercado relevante del STAR, se concluyó que, desde la perspectiva de la demanda, los usuarios solo pueden acceder a las ofertas de los proveedores del STAR que tienen presencia en la ubicación de su domicilio y que, desde la perspectiva de la oferta, un operador de redes cableadas que no tiene presencia en una localidad específica no podría ingresar rápidamente a esta para proveer el STAR sin costos apreciables, por lo que el ámbito geográfico del mercado relevante de la Operación es local, a nivel de municipio. Asimismo, se considera que una delimitación más allá del ámbito local no capturaría las presiones competitivas de cada agente económico que provee el STAR en cada uno de los mercados relevantes.
15. Por tanto, en el caso del STAR, se determinó que el mercado relevante corresponde a la provisión del servicio de televisión y audio restringidos, a través de la tecnología satelital, cable e IPTV, ofrecido de manera individual (*single play*) o empaquetada con otros servicios de telecomunicaciones fijos (*doble play* y *triple play*), con una dimensión geográfica local correspondiente a cada uno de los 16 (dieciséis) municipios en donde hay traslape entre las partes involucradas en la Operación.
16. Después de la Operación, el número de agentes económicos que participan en cada uno de los 16 (dieciséis) mercados relevantes del STAR se encuentra entre 4 (cuatro) y 6 (seis).
17. En términos de suscriptores del STAR, antes y después de la Operación, Megacable es el líder en 14 (catorce) de los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, con participaciones que oscilan entre 32.79% y 64.91% *ex ante* y entre 33.66 % y 64.94% *ex post*. En los 2 (dos) mercados relevantes restantes, el líder es GTV con participaciones de 40.52% y 46.82%.
18. Al aplicar el Criterio técnico a los 16 (dieciséis) mercados relevantes del STAR, se obtuvo que en 14 (catorce) de ellos no se cumple con las condiciones estipuladas en el artículo 6 o la condición del artículo 7, fracción b, del criterio de referencia. A su vez, se advierte que Megacable es líder en 13 (trece) de los mercados relevantes que no cumplen con el Criterio técnico, mientras que GTV es líder en uno de ellos.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

19. Por su parte, la evolución de las participaciones de mercado del STAR durante el periodo de dos mil quince a dos mil diecinueve, refleja que, en general, hubo estabilidad en las participaciones de los oferentes en los mercados relevantes de la Operación. Por su parte, las empresas de menor tamaño mostraron un crecimiento moderado en algunos de los mercados relevantes de la Operación, pero sin afectar la posición de los dos principales oferentes (Megacable y GTV).
20. Durante el periodo de enero de dos mil catorce a marzo de dos mil diecinueve, en las 5 (cinco) ciudades que incluyen a los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación, hubo un incremento en el índice nacional de precios del STAR, tanto en promedio como en cada una de las ciudades.
21. En cuanto a las tarifas específicas del STAR de Megacable, se determinó que, en el periodo de dos mil dieciséis a dos mil diecinueve, dicho operador ofreció, para un mismo paquete, una gama de tarifas heterogéneas entre entidades federativas. Asimismo, las tarifas del paquete más popular de *single play* de Megacable, que se ofertaron en la mayoría de los mercados relevantes, han incrementado en el último año sin que esto necesariamente se haya reflejado en una mejora en las características del paquete.
22. La Operación le permitió a Megacable adquirir la cartera de clientes de un competidor que, [REDACTED] STAR [REDACTED], en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación. Asimismo, la Operación reforzó el posicionamiento de Megacable como el agente económico que ofrece la mayor diversidad de paquetes en los mercados relevantes.
23. En términos de márgenes de ganancia, se observó que, en el periodo de dos mil catorce a dos mil dieciocho, Megacable y Axtel mostraron márgenes de ganancia similares a nivel nacional (en promedio, [REDACTED]). Además, el margen de ganancia de Megacable mostró un crecimiento ininterrumpido durante el periodo en cuestión respecto de los principales oferentes del STAR.
24. En relación con la existencia de barreras a la entrada, se advierte que un agente económico que pretenda ingresar a proveer el STAR en los mercados relevantes de la Operación enfrentaría costos elevados de infraestructura y adquisición de contenidos audiovisuales, así como restricciones al financiamiento, que representan barreras a la entrada significativas. Asimismo, la necesidad de tramitar diversos permisos a nivel estatal y municipal, con el fin de desplegar, mantener y/o realizar adecuaciones a las redes, podría retrasar o elevar el costo de entrada de nuevos operadores.
25. En el periodo de dos mil quince a dos mil diecinueve, la entrada de competidores en los mercados relevantes de la Operación fue escasa.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

Además, considerado el costo y el tiempo que toma realizar proyectos de despliegue y modernización de infraestructura, así como el tiempo que requiere acumular una base de suscriptores del STAR que permita operar de manera rentable en un mercado, se estima que es poco probable que algún entrante pueda ingresar a ejercer presión competitiva en los mercados relevantes de la Operación en el corto plazo.

26. En términos de número de suscriptores, después de la Operación, Megacable alcanza una participación promedio de 50,88% en los 16 (dieciséis) mercados relevantes del STAR, y ocupa la primera posición en 14 (catorce) de estos. En dichos mercados, el segundo competidor en importancia es GTV, seguido de otros agentes económicos de menor tamaño como Total Play, Dish y Twister.
27. Megacable también es el proveedor del STAR que cuenta con la mayor infraestructura de red, tanto propia como arrendada, en las entidades federativas en las que se ubican los mercados relevantes de la Operación.⁵⁸⁶ En este sentido, la Operación reforzó el liderazgo de Megacable, toda vez que acumuló [REDACTED] kilómetros de la red de última milla de Axtel.
28. Mediante la Operación se amplía la brecha histórica que ha existido entre Megacable y su competidor más cercano (GTV) en los mercados relevantes, la cual asciende, en promedio, a 24,70 (veinticuatro punto setenta) puntos porcentuales en los mercados de mayor tamaño y a 21,05 (veintiuno punto cero cinco) puntos porcentuales en los mercados más pequeños. Esta brecha es aún mayor respecto de Dish y Total Play, que ocupan el tercero y cuarto lugar en importancia, en términos de suscriptores.
29. De acuerdo con el *indicador de dominancia* (Melnik, Shy y Stenbacka) que considera la presión competitiva en los mercados relevantes, así como el grado de barreras que enfrentan los potenciales entrantes; y tomando en consideración la evolución de las participaciones de Megacable frente a sus competidores en los últimos años, se concluye que en 11 (once) mercados relevantes de la Operación, Megacable no enfrenta presiones competitivas de sus rivales que permitan contrarrestarlo.⁵⁸⁷ En esos 11 (once) mercados relevantes, Megacable ocupa la primera posición con participaciones, en términos de suscriptores, que oscilan entre 47,25% y 64,94%.

⁵⁸⁶ En suma, en el Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Puebla y Querétaro, Megacable posee [REDACTED] kilómetros, [REDACTED] GTV con [REDACTED] kilómetros y Total Play con [REDACTED] kilómetros. Cifras antes de la Operación.

⁵⁸⁷ Adicionalmente, cabe señalar que en estos 11 (once) mercados relevantes no se satisfacen las condiciones estipuladas en el artículo 6 o la condición del artículo 7, fracción b, del Criterio técnico, por lo que no es posible descartar que, en dichos mercados relevantes, la Operación pueda tener como objeto o efecto dañar la libre concurrencia y competencia económica.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

30. Por lo antes señalado, se concluye que, derivado de la Operación, existen elementos para determinar la existencia de poder sustancial por parte de Megacable en 11 (once) de los 16 (dieciséis) mercados relevantes del STAR analizados.
31. Por su parte, los mercados relevantes del SBAF y el STF corresponden, respectivamente, a la provisión del: (i) servicio de acceso a internet de banda ancha fija a través de par de cobre, cable coaxial y fibra óptica, ofrecido de manera individual (*single play*) o empaquetada con otros servicios de telecomunicaciones fijos (*doble play* y *triple play*), y (ii) del servicio de telefonía fijo a través de par de cobre, cable coaxial y fibra óptica, dirigido al segmento residencial y de micro negocios, ofrecido de manera individual (*single play*) o empaquetada con otros servicios de telecomunicaciones fijos (*doble play* y *triple play*); ambos con una dimensión geográfica local correspondiente a cada uno de los 16 (dieciséis) municipios en donde hay traslape entre las partes involucradas en la Operación.
32. Después de la Operación, Megacable es líder en 8 (ocho) mercados relevantes del SBAF, y en 5 (cinco) mercados relevantes del STF. En los restantes mercados relevantes de ambos servicios, Telmex es el líder con participaciones, en términos de suscriptores, que oscilan entre 40.52% y 66.55% para los mercados relevantes del SBAF, así como entre 44.54% y 74.93% para los mercados relevantes del STF.
33. Ahora bien, de los 8 (ocho) mercados relevantes del SBAF en los que Megacable es líder, 6 (seis) de ellos son mercados pequeños (en términos de suscriptores)⁵⁸⁸ y se localizan contiguamente a mercados relevantes de mayor tamaño en donde Telmex tiene mayor presencia.⁵⁸⁹ En los 2 (dos) mercados relevantes restantes (León, Guanajuato y Querétaro, Querétaro), la participación promedio de Telmex es 34.34%, que está 12.27 (doce punto veintisiete) puntos porcentuales por debajo de la participación promedio de Megacable en dichos mercados relevantes.
34. Por su parte, en los 5 (cinco) mercados relevantes del STF donde Megacable es líder, se advierte que en 3 (tres) de ellos Telmex tuvo participaciones cercanas a Megacable en dos mil diecinueve. Los únicos mercados relevantes donde las participaciones de Megacable estuvieron por encima de Telmex de manera considerable fueron Corregidora y El Marqués, ambos del estado de Querétaro. Sin embargo, en dicha entidad federativa, Telmex es el proveedor del STF que

⁵⁸⁸ El número de suscriptores en los mercados relevantes de (1) San Mateo Atenco, (2) Zinacantanpec, (3) Tonalá, (4) Cuautlancingo, (5) Corregidora y (6) El Marqués, representa [REDACTED] del total de suscriptores en los 16 (dieciséis) mercados relevantes.

⁵⁸⁹ En los mercados relevantes de Toluca, Guadalajara, Puebla y Querétaro, la participación promedio de Telmex es de 41.99% y es líder en los tres primeros.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

posee [REDACTED] de red cableada ([REDACTED] del total de la red del estado de Querétaro).

35. Toda vez que Telmex: (i) es el proveedor con los paquetes [REDACTED] que incluyen SBAF y STF en los mercados relevantes de la Operación; (ii) es el proveedor del SBAF y el STF que cuenta con la infraestructura cableada [REDACTED], y (iii) posee [REDACTED], existen indicios de que Telmex puede ejercer presión competitiva a Megacable en los mercados relevantes del SBAF y del STF en donde este último es líder.
36. Por tanto, se considera que, después de la Operación, Megacable no obtendría poder sustancial en los 16 (dieciséis) mercados relevantes del SBAF y del STF, dado que existe otro competidor con presencia en todos los mercados relevantes que cuenta con capacidad de ejercerle presión competitiva y que, además, está sujeto a una regulación tarifaria, lo cual podría acotar los precios establecidos por los demás oferentes en los mercados relevantes.

DETERMINACIÓN DE LA AUTORIDAD INVESTIGADORA

Por todo lo antes expuesto y con fundamento en los artículos 28, párrafos décimo quinto y décimo sexto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; Artículo Noveno Transitorio, párrafo quinto, del Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, publicado en el DOF el catorce de Julio de dos mil catorce; 7, párrafo tercero, 15, fracción XVIII, 26, 28, fracción V, 264, 279, 280 y 284 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión; 5, párrafo primero, 28, fracción XI, 58, 59 y 96, fracción V, de la Ley Federal de Competencia Económica; 5, 7, 8, 64, 68 y 120, fracción II, de las Disposiciones Regulatorias de la Ley Federal de Competencia Económica para los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, así como 4, fracción VI, 62, fracción XXIV, y 65, fracciones III y VI, del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, la Autoridad Investigadora emite el presente Dictamen Preliminar, en el cual determina:

PRIMERO.- Para efectos de la presente investigación, Megacable Holdings, S.A.B. de C.V., por sí misma y en su carácter de controladora de Telefonía por Cable, S.A. de C.V., Entretenimiento Satelital, S.A. de C.V., Productora y Comercializadora de Televisión, S.A. de C.V. y Proveedor de Servicios de Televisión, S.A. de C.V. integran un grupo de interés económico, que para efectos del Dictamen Preliminar se denomina Megacable, en términos del Anexo I del Dictamen Preliminar.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR

SEGUNDO.- Derivado de la concentración materia de la investigación, existen elementos para determinar la existencia de poder sustancial por parte del grupo de interés económico denominado Megacable en 11 (once) mercados relevantes del servicio de televisión y audio restringidos, mismos que se listan a continuación:

Estado de México: (1) San Mateo Atenco y (2) Zinacantepec.

Guanajuato: (3) León.

Jalisco: (4) Guadalajara, (5) San Pedro Tlaquepaque y (6) Tonalá.

Puebla: (7) Cuautlancingo, (8) Puebla y (9) San Pedro Cholula.

Querétaro: (10) Corregidora y (11) El Marqués.

TERCERO.- Derivado de la concentración materia de la investigación, no existen elementos suficientes para determinar la existencia de poder sustancial por parte del grupo de interés económico denominado Megacable en los 16 (dieciséis) mercados relevantes del servicio de telefonía fija.

CUARTO.- Derivado de la concentración materia de la investigación, no existen elementos suficientes para determinar la existencia de poder sustancial por parte del grupo de interés económico denominado Megacable en los 16 (dieciséis) mercados relevantes del servicio de acceso a Internet de banda ancha fija.

Paulina Martínez Youn

Titular de la Autoridad Investigadora
Instituto Federal de Telecomunicaciones



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR
ANEXO I. GIE 1 - MEGACABLE

Anexo I. GIE 1 – MEGACABLE

El Anexo III, con folios 1998 a 2010, contiene información que tiene el carácter de confidencial, toda vez que se clasificó y se resguardó con tal carácter dentro del presente procedimiento administrativo, en términos de lo establecido en los artículos 3, fracción IX, 124 y 125 de la LFCE. En virtud de lo anterior, la información confidencial contenida en el referido anexo solo puede ser consultada por los agentes económicos que la proporcionaron.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR
ANEXO II. GIE 2 - GTV

Anexo II. GIE 2 - GTV

El Anexo I, con folios del 2011 al 2022, contiene información que tiene el carácter de confidencial, toda vez que se clasificó y se resguardó con tal carácter dentro del presente procedimiento administrativo, en términos de lo establecido en los artículos 3, fracción IX, 124 y 125 de la LFCE. En virtud de lo anterior, la información confidencial contenida en el referido anexo solo puede ser consultada por los agentes económicos que la proporcionaron.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR
ANEXO III. GIE 3 - DISH

Anexo III. GIE 3 - DISH

El Anexo III, con folios 2023 a 2030, contiene información que tiene el carácter de confidencial, toda vez que se clasificó y se resguardó con tal carácter dentro del presente procedimiento administrativo, en términos de lo establecido en los artículos 3, fracción IX, 124 y 125 de la LFCE. En virtud de lo anterior, la información confidencial contenida en el referido anexo solo puede ser consultada por los agentes económicos que la proporcionaron.

SIN TEXTO



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR
ANEXO IV. GIE 4 – GRUPO SALINAS

Anexo IV. GIE 4 – GRUPO SALINAS

El Anexo IV, con folios 2031 al 2038, contiene información que tiene el carácter de confidencial, toda vez que se clasificó y se resguardó con tal carácter dentro del presente procedimiento administrativo, en términos de lo establecido en los artículos 3, fracción IX, 124 y 125 de la LFCE. En virtud de lo anterior, la información confidencial contenida en el referido anexo solo puede ser consultada por los agentes económicos que la proporcionaron.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

ANEXO V. ÍNDICE DE FOJAS DE SUSCRIPTORES DEL
EXPEDIENTE AI/DC-002-2019

Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES
AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR
ANEXO V. ÍNDICE DE FOJAS DE SUSCRIPTORES DEL
EXPEDIENTE AI/DC-002-2019

Anexo V. Índice de fojas de suscriptores del Expediente AI/DC-002-2019

Tabla 1. Suscriptores del STAR, SBAF y STF por municipio

Agente Económico	Fojas del Expediente
Axtel	2513
Dish	3543
Grupo Salinas	5168
GTV	1981 y 6343
Megacable	4981
Star Group	2354
Telmex	4013
Telecab, S.A. de C.V	3168

Nota:
Las fojas corresponden al Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES
AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR
ANEXO VI. ÍNDICE DE FOJAS DE INGRESOS DEL
EXPEDIENTE AI/DC-002-2019

Anexo VI. Índice de fojas de ingresos del Expediente
AI/DC-002-2019



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES
AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR
ANEXO VI. ÍNDICE DE FOJAS DE INGRESOS DEL
EXPEDIENTE AI/DC-002-2019

Anexo VI. Índice de fojas de Ingresos del Expediente AI/DC-002-2019

Tabla 1. Ingresos municipales por la provisión del STAR, SBAF y STF

Agente Económico	Fojas del Expediente
Axtel	2513 y 5359
Dish	4965
Grupo Salinas	5168
GTV	3878 y 6343
Megacable	4981 y 5247
Star Group	2354, 4373 y 6353
Telmex	4013
Telecab, S.A. de C.V	4378

Nota:

Las fojas corresponden al Expediente AI/DC-002-2019.

Tabla 2. Ingresos nacionales por la provisión del STAR, SBAF y STF

Agente Económico	Fojas del Expediente
Axtel	1128, 2513 y 4063
Dish	3543
Grupo Salinas	5168
GTV	3878
Megacable	3013
Star Group	2354
Telmex	4013
Telecab, S.A. de C.V	4378

Nota:

Las fojas corresponden al Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

ANEXO VII. ÍNDICE DE FOJAS DE FACTURACIÓN

DEL EXPEDIENTE AI/DC-002-2019

Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente
AI/DC-002-2019



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR
ANEXO VII. ÍNDICE DE FOJAS DE FACTURACIÓN
DEL EXPEDIENTE AI/DC-002-2019

Anexo VII. Índice de fojas de facturación del Expediente AI/DC-002-2019

Tabla 1. Suscriptores del STAR, SBAF y STF por municipio

Agente Económico	Fojas del Expediente
Axtel	4278 a 4280
Dish	5342
Grupo Salinas	4741
GTV	1927, 1928 y 4873
Star Group	4619 y 5074
Telmex	4013 y 6310
Megacable	3669 a 3670

Nota:
Las fojas corresponden al Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES
AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR
ANEXO VIII. ÍNDICE DE FOJAS DE INVERSIÓN EN
INFRAESTRUCTURA DEL EXPEDIENTE AI/DC-002-2019

Anexo VIII. Índice de fojas de inversión en infraestructura
del Expediente AI/DC-002-2019



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES
AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR
ANEXO VIII. ÍNDICE DE FOJAS DE INVERSIÓN EN
INFRAESTRUCTURA DEL EXPEDIENTE AI/DC-002-2019

Anexo VIII. Índice de fojas de inversión en infraestructura del Expediente AI/DC-002-2019

Tabla 1. Inversión en Infraestructura

Agente Económico	Fojas del Expediente
Axtel	2513
Grupo Salinas	1004
GTV	5055
Megacable	3013
Telmex	4013

Nota:
Las fojas corresponden al Expediente AI/DC-002-2019.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

ANEXO IX. LISTA DE CANALES POR CATEGORÍA Y PROVEEDOR

Anexo IX. Lista de canales por categoría y proveedor



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

ANEXO IX. LISTA DE CANALES POR CATEGORÍA Y PROVEEDOR

Anexo IX. Lista de canales por categoría y proveedor

Tabla 1. Lista de canales por categoría y proveedor

Canal	Categoría	Proveedor
AMC	Películas y series	
El Gourmet	Entretenimiento	
Film & Arts	Fácticos	
Más Chic	Fácticos	
Discovery Kids	Infantil	
Animal Planet	Fácticos	
Discovery Home & Health	Fácticos	
Discovery Channel	Fácticos	
ID Investigation Discovery	Fácticos	
TLC	Fácticos	
AXN	Películas y series	
Cinemax	Películas y series	
HBO	Películas y series	
HBO 2	Películas y series	
HBO Plus	Películas y series	
Lifetime	Películas y series	
Max	Películas y series	
Sony	Películas y series	
Studio Universal	Películas y series	
Syfy	Películas y series	
Universal TV	Películas y series	
Warner	Películas y series	
Espn	Deportes	
Espn 2	Deportes	
Espn 3	Deportes	
Disney Channel	Infantil	
Disney Junior	Infantil	
Disney XD	Infantil	
Nat. Geo Wild	Fácticos	
National Geographic	Fácticos	
Cinécanal	Películas y series	
Fox Channel	Películas y series	



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

ANEXO IX. LISTA DE CANALES POR CATEGORÍA Y PROVEEDOR

Canal	Categoría	Proveedor
Fox Life	Películas y series	
Fox Sports	Deportes	
Fox Sports 2	Deportes	
Fox Sports 3	Deportes	
FX	Películas y series	
FXM	Películas y series	
Nat Geo Kids	Infantil	
A&E	Fácticos	
E! Entertainment	Fácticos	
H2	Fácticos	
History Channel	Fácticos	
Comedy Central	Entretenimiento	
Mtv	Fácticos	
Nick Jr	Infantil	
Nickelodeon	Infantil	
Paramount Channel	Películas y series	
VH1	Musica	
52 Mx	Entretenimiento	
Cine Latino	Películas y series	
Exa TV	Musica	
Multicinema	Películas y series	
Multipremier	Películas y series	
MVS TV	Entretenimiento	
TVC	Entretenimiento	
Cine Mexicano	Películas y series	
Platino	Películas y series	
TVC Deportes	Deportes	
Videorola	Musica	
Telefórmula	Noticias	
Bandamax	Musica	
De Pelicula	Películas y series	

800200



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

ANEXO IX. LISTA DE CANALES POR CATEGORÍA Y PROVEEDOR

Canal	Categoría	Proveedor
Distrito Comedia	Entretenimiento	
Golden	Películas y series	
Golden Edge	Películas y series	
Las Estrellas - 1 Hr.	Entretenimiento	
Las Estrellas -2 Hrs.	Entretenimiento	
TDN	Deportes	
Telehit	Musica	
Telehit Urbano	Musica	
Telemundo	Entretenimiento	
Tiin	Infantil	
TL Novelas	Entretenimiento	
Unicable	Entretenimiento	
UTDN	Deportes	
Boomerang	Infantil	
Cartoon Network	Infantil	
Space	Películas y series	
TBS Veryfunny	Películas y series	
TNT	Películas y series	
TNT Series	Películas y series	
CNN Español	Noticias	
Glitz	Fácticos	
Azteca Uno -1 Hr.	Entretenimiento	
Azteca Uno -2 Hrs.	Entretenimiento	

Nota: dentro de "OTROS" se incluyen los siguientes canales: i) dentro de la categoría DEPORTES incluye al canal Claro Sports, y ii) dentro de la categoría ENTRETENIMIENTO incluye a los canales LAS ESTRELLAS EL PASO y HOLA TV, Fojas 69, 1128, 1333, 1853, 1981, 2162, 2354 y 3175 del Expediente.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES
AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR
ANEXO X. PRUEBAS ESTADÍSTICAS DE RAÍZ UNITARIA Y
COINTEGRACIÓN

Anexo X. Pruebas estadísticas de raíz unitaria y cointegración



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

ANEXO X. PRUEBAS ESTADÍSTICAS DE RAÍZ UNITARIA Y
COINTEGRACIÓN

Anexo X. Pruebas estadísticas de raíz unitaria y cointegración

Como se indicó en el Dictamen Preliminar en la sección III.2.1.4 *Capacidad de fijar precios o restringir el abasto en los mercados relevantes*, para evaluar si los incrementos de los INPC del STAR en las 5 (cinco) ciudades estudiadas se explican por los movimientos del tipo de cambio real entre el peso mexicano y el dólar americano, se realizaron diversas pruebas estadísticas, con el fin de determinar si las series están cointegradas.¹ Se utilizaron datos mensuales tanto del INPC del STAR en las 5 (cinco) ciudades, como del tipo de cambio real para el periodo comprendido de julio de dos mil dos a octubre de dos mil diecinueve.²

En particular, se realizaron pruebas de raíz unitaria para comprobar la no estacionariedad de cada una de las series y, posteriormente, pruebas de cointegración Engle & Granger, a partir de las cuales se concluyó que los movimientos de ambas series no muestran relaciones estadísticamente significativas a lo largo del periodo analizado. En el Gráfico 1 se muestran las 7 (siete) series temporales evaluadas.

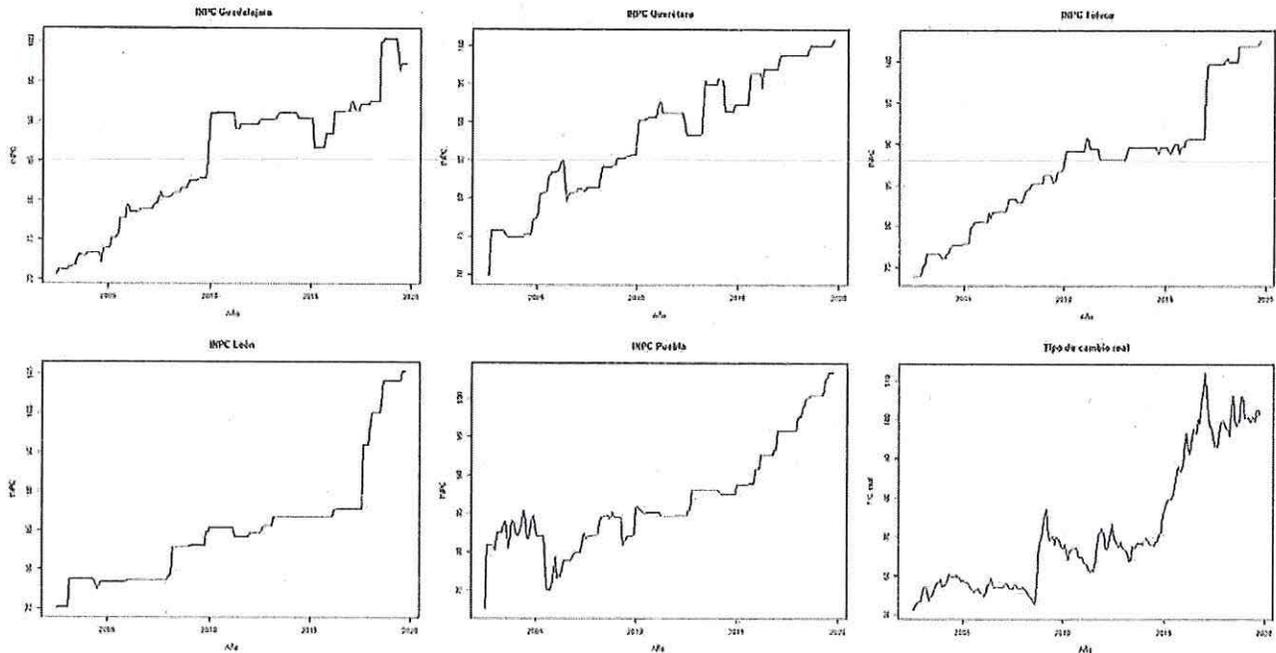
(Espacio en blanco)

¹ Dos series temporales están cointegradas cuando comparten una tendencia estocástica en común. Cuando hay cointegración es indicativo de que existe una relación fuerte, en el largo plazo, entre las series evaluadas.

² Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Fojas 5177 a 5179, 5181 a 5183 del Expediente AI/DC-002-2019. Véase <http://www.banxico.org.mx/SieInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?sector=6&accion=consultarCuadro&IdCuadro=CR60&locale=es>.



Gráfico 1. INPC del STAR por ciudad y tipo de cambio real, Julio 2002- Octubre 2019



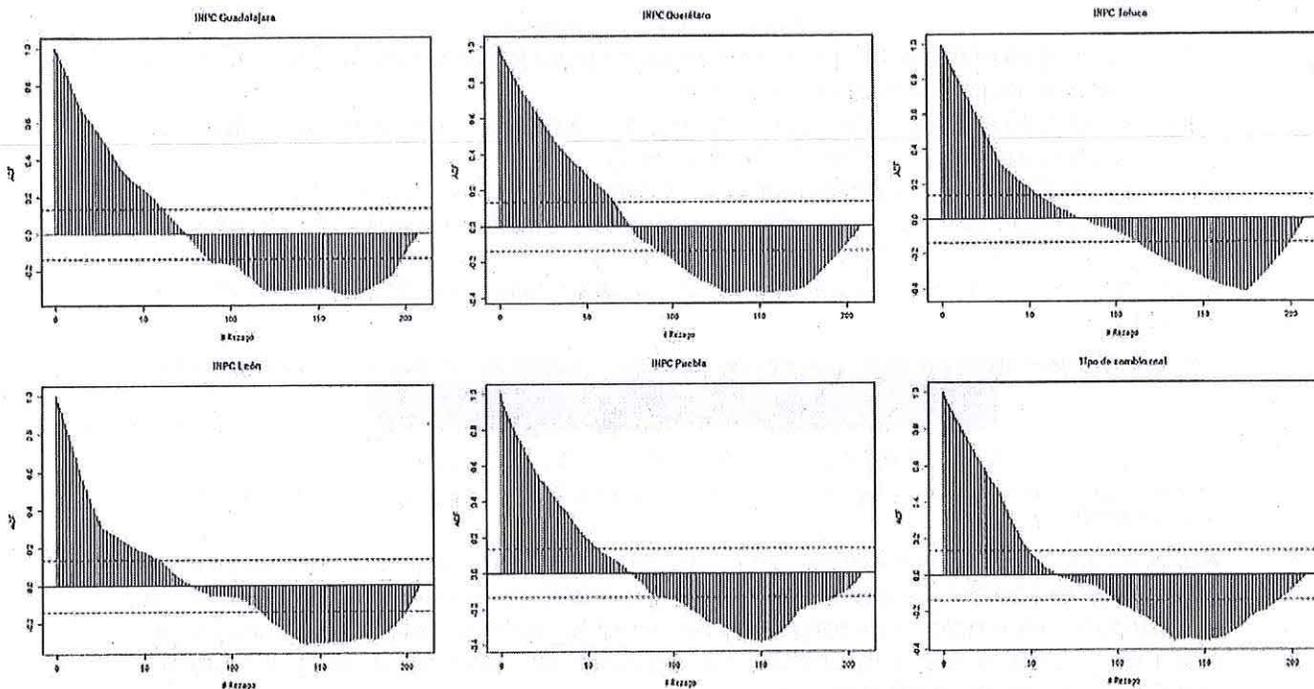
Nota: Tanto los INPC como el tipo de cambio real fueron evaluados considerando como dato base el mes de Julio de dos mil dieciocho.

Fuente: Datos del INPC del STAR se obtuvieron del INEGI, datos del tipo de cambio real se obtuvieron del Banco de México. Fojas 1466 a 1470 y 1500 a 1511 del Expediente.

Del Gráfico 1 podemos observar que las series presentan tendencias temporales en el periodo analizado. Además, por la naturaleza de las series se puede pronosticar que las series serán no estacionarias. Con el fin de tener un resultado preliminar a la aplicación de las pruebas de raíz unitaria, en el Grafico 2 se muestran las gráficas de autocorrelación de cada serie. Las gráficas de autocorrelación sirven para identificar, a simple vista, si los procesos evaluados se tratan de series estacionarias.

(Espacio en blanco)

Gráfico 2. Gráficos de autocorrelación de las series de INPC del STAR por ciudad y tipo de cambio real. Julio 2002 – Octubre 2019



Fuente: Elaboración propia con datos del INPC del STAR que se obtuvieron del INEGI y datos del tipo de cambio real obtenidos del Banco de México, Fojas 1466 a 1470 y 1500 a 1511 del Expediente.

Del Gráfico 2 se observa que las series evaluadas dan indicios de no ser estacionarias, esto porque las barras de cada uno de los rezagos superan los límites establecidos alrededor del 0 (cero). Ahora bien, una vez que se tienen indicios de que las series no son procesos estacionarios, procedemos a evaluar si las series mostradas en el Gráfico 1 se comportan como procesos con raíz unitaria. Para comprobar formalmente la naturaleza de los procesos evaluados se realizó la prueba Dickey-Fuller Aumentada (ADF). Esta prueba tiene diversas variantes; sin embargo, dadas las tendencias presentadas en cada serie, se utilizaron únicamente pruebas ADF con tendencia e intercepto.³

³ Si las series evaluadas muestran claras tendencias temporales y en las pruebas ADF no se controla por su tendencia, se corre el riesgo de confundir un proceso de raíz unitaria (no estacionario) con un proceso de tendencia estacionaria que tiene una tendencia lineal en su media, pero es estacionario alrededor de su tendencia.

Para las pruebas ADF a cada serie se realizó el siguiente proceso:

- i. Se definió el tipo de prueba a realizar: con tendencia e intercepto. Sigue la ecuación:

$$\Delta y_t = \gamma_0 + \gamma_1 y_{t-1} + \gamma_2 t + \epsilon_t$$

- ii. Se definió el máximo número de rezagos para las pruebas: 12 (doce), por la periodicidad mensual de los datos.
- iii. Se definió el criterio de información para la elección de los rezagos óptimos para cada prueba: Criterio Akaike (AIC).
- iv. Se realizaron las pruebas ADF bajo la hipótesis nula de que existe raíz unitaria, es decir, los procesos no son estacionarios bajo la hipótesis nula:

$$H_0: \gamma = 0$$

Además, para evaluar los resultados se utilizaron los valores críticos presentados en la Tabla 1.

Tabla 1. Valores críticos por nivel de significancia, para la prueba ADF con tendencia e intercepto

Nivel de significancia	1%	5%	10%
Valor crítico	-3.995	-3.428	-3.137

Fuente: Valores establecidos de acuerdo a los criterios de Banerjee, Dolado, Galbraith y Hendry (1993), así como Dickey, Fuller (1979).

Así, si los estadísticos resultantes de las pruebas son más grandes que los valores críticos de la Tabla 1 (se encuentran a la derecha), se concluye que las series no muestran la evidencia necesaria para rechazar la hipótesis nula y, por lo tanto, se trata de procesos con raíz unitaria. Al respecto, en la Tabla 2, se muestran los resultados de las pruebas realizadas.

Tabla 2. Estadísticos resultantes de las pruebas ADF con tendencia e intercepto

INPC	Estadístico ADF
INPC Guadalajara	-2.419
INPC León	-0.596
INPC Querétaro	-3.577
INPC Puebla	-1.748
INPC Toluca	-2.215
Tipo de cambio real	-2.144

Fuente: Estadísticos obtenidos de las pruebas realizadas a los datos del INPC por ciudad y el Tipo de cambio real.

De la Tabla 2 se observa que los estadísticos resultantes de las pruebas ADF son mayores a los valores críticos de la Tabla 1. Por lo tanto, los datos indican que se falla en rechazar la hipótesis nula a un nivel de 1% de significancia, lo cual muestra que todas las series tienen raíz unitaria. Es decir, se trata de series no estacionarias, con varianza no constante y, por lo tanto, las pruebas de cointegración pueden realizarse.

Ahora bien, la prueba Engle & Granger (E&G) consiste en evaluar si el vector de errores resultante de una regresión por mínimos cuadrados ordinarios entre variables no estacionarias, se comporta como estacionario. Esto implica que a pesar de que dos series temporales tengan raíz unitaria, existe un β , tal que modifique una de las series para que la distancia entre ambas sea estacionaria.

De esta manera, el proceso que se siguió para realizar la prueba E&G fue el siguiente:

- i. Se estimó la regresión por mínimos cuadrados ordinarios:

$$INPC\ ciudad_{i_t} = \beta_0 + \beta_1\ tipo\ de\ cambio\ real_t + u_t.$$

Donde $INPC\ Ciudad_{i_t}$ representa el INPC para cada una de las ciudades evaluadas, por separado.

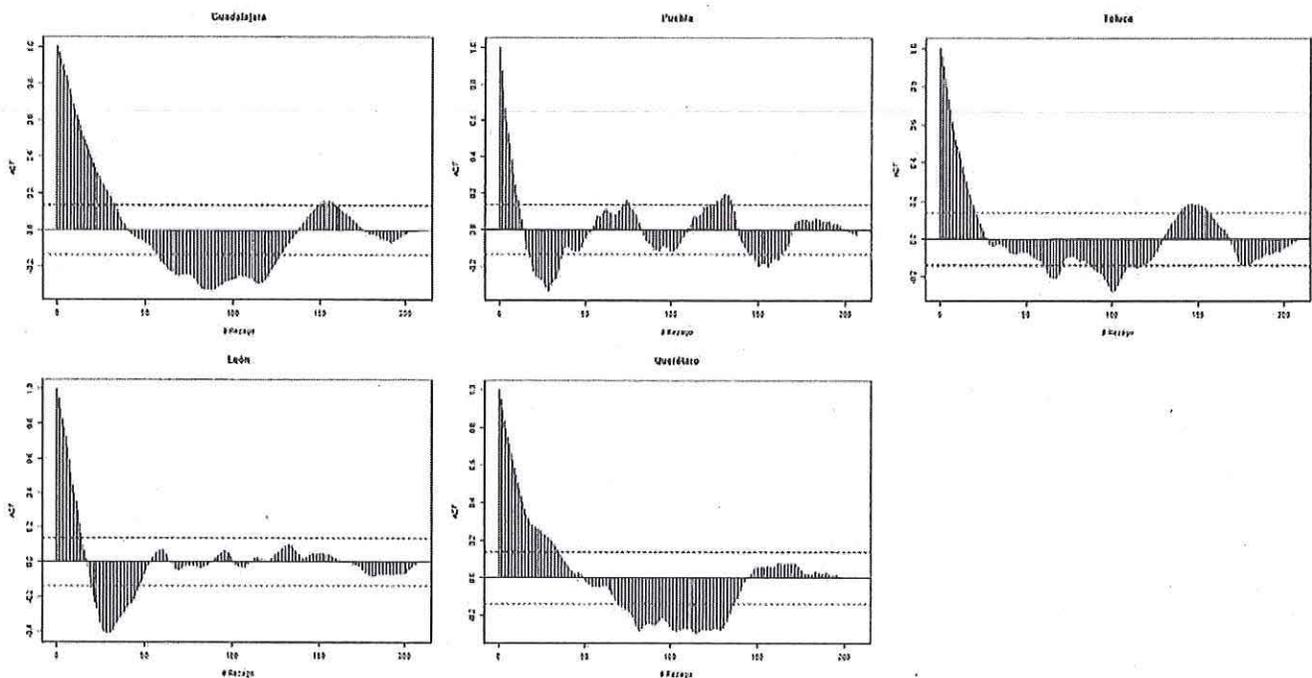
- ii. Se guardó el vector de errores u_t .
- iii. Mediante pruebas de raíz unitaria, se evaluó si dicho vector u_t es estacionario.⁴
- iv. Cabe señalar que la hipótesis nula de la prueba E&G es que las series evaluadas no cointegran.

De las regresiones realizadas para los INPC del STAR de cada ciudad, se obtuvieron los vectores de errores cuyas gráficas de autocorrelación se muestran en el Gráfico 3.

(Espacio en blanco)

⁴ Las pruebas realizadas no incluyeron intercepto ni tendencia ya que se trata de un vector de errores y no de una variable que realmente se observe. Cabe señalar que para las pruebas de raíz unitaria del vector de errores u_t los valores críticos de la Tabla 1 no aplican.

Gráfico 3. Gráficos de autocorrelación de los errores de las regresiones por mínimos cuadrados ordinarios entre el INPC del STAR de las cinco ciudades y el tipo de cambio real.
Julio 2002 - Octubre 2019



Fuente: Vectores de errores con base en las regresiones realizadas a partir de los datos del INPC del STAR que se obtuvieron del INEGI y datos del tipo de cambio real obtenidos del Banco de México. Fojas 1466 a 1470 y 1500 a 1511 del Expediente.

Del Gráfico 3 se observa que las series evaluadas dan indicios de no ser estacionarias, esto porque existen barras para los rezagos que superan los límites establecidos alrededor del 0 (cero). Sin embargo, para comprobar formalmente se realizaron las pruebas ADF, tal como se especificó en los pasos a seguir para la prueba E&G. Así, la Tabla 3 muestra los valores críticos para evaluar la estacionariedad del vector de errores de la regresión declarada en el punto i. anterior.

Tabla 3. Valores críticos por nivel de significancia, para la prueba ADF sin Intercepto ni tendencia.

Nivel de significancia	1%	5%	10%
Valor crítico	-3.90	-3.34	-3.04

Fuente: Wooldridge, Jeffrey M. (2010) "Introducción a la econometría, un enfoque moderno" Capítulo 18.

Así, si los estadísticos resultantes de las pruebas son más grandes que los valores críticos de la Tabla 3 (se encuentran a la derecha), se concluye que las series no muestran la evidencia necesaria para rechazar la hipótesis nula y, por lo tanto, se trata de procesos no cointegrados. Los resultados de las prueba ADF para el vector de errores u_t de cada una de las 5 (cinco) regresiones son los siguientes:

Tabla 4. Estadísticos resultantes de las pruebas ADF a los vectores de residuales de las regresiones, por ciudad

Ciudad	Estadístico ADF
Guadalajara	-1.9691
León	-2.1540
Puebla	-3.1094
Querétaro	-2.6754
Toluca	-2.3542

Fuente: Estadísticos obtenidos de las pruebas realizadas a los vectores de residuales obtenidos a partir de las regresiones entre los datos del INPC por ciudad y el Tipo de cambio real.

De la Tabla 4 se observa que los estadísticos resultantes de las pruebas ADF son mayores a los valores críticos de la Tabla 3. Por lo tanto, los datos indican que se falla en rechazar la hipótesis nula a un nivel de 5% de significancia, lo cual muestra que las series del INPC del STAR de cada ciudad no están cointegradas con la serie de tipo de cambio real.

En suma, se encontró que las series del INPC del STAR para las 5 (cinco) ciudades y el tipo de cambio real, son no estacionarias y, además, cada serie del INPC no está cointegrada con el tipo de cambio real. Así pues, considerando que una regresión con variables no estacionarias es espuria, salvo que estas estén cointegradas, no es posible inferir causalidad entre el INPC del STAR y el tipo de cambio real.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

ANEXO XI. TARIFAS DEL PAQUETE [REDACTED] DE MEGACABLE
EN LOS MERCADOS RELEVANTES DE LA OPERACIÓN

Anexo XI. Tarifas del paquete [REDACTED] de
Megacable en los mercados relevantes de la
Operación



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES
AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-003-2019
DICTAMEN PRELIMINAR
ANEXO XII. PRECIOS DE PAQUETES DEL SBAF EN LEÓN,
GUANAJUATO

Anexo XII. Precios de paquetes del SBAF en León,
Guanajuato



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO

EXPEDIENTE AI/DC-003-2019

DICTAMEN PRELIMINAR

ANEXO XII. PRECIOS DE PAQUETES DEL SBAF EN LEÓN,
GUANAJUATO

Anexo XII. Precios de paquetes del SBAF en León, Guanajuato

En relación con lo señalado en la sección V.2.1.3 *Capacidad de fijar precios o restringir el abasto en los mercados relevantes*, y con el fin de explicar el comportamiento del INPC del SBAF en la ciudad de León, en el estado de Guanajuato, a continuación se muestra la oferta de los principales proveedores del SBAF, que estuvo vigente en dos mil dieciséis y en dos mil dos mil diecinueve, en la modalidad de *doble play* (SBAF+STF), con velocidades de 10 (diez) y 20 (veinte) Mbps.¹

Tabla 1. Paquetes en modalidad de *doble play* (SBAF+STF),
ofrecidos en León, Guanajuato, 2016-2019

Oferente	Velocidad (Mbps)	Precio 2016	Precio 2019 ^{1a, 1b}	Variación de precios nominal (real) ^{1c}
Telmex	10	\$389.00	\$389.00	0% (-13.43%)
Megacable	20	\$517.93 ^{1c}	\$429.00	-17.17% (-28.30%)
Telmex	20	\$599.00	\$435.00	-27.38% (-37.13%)
Total Play	20	\$549.00	\$489.00	-10.93% (-22.89%)

Notas:

^{1a} Datos vigentes al primero septiembre del dos mil diecinueve, Números de Inscripción en el RPC: 164903, 223688, 147482 y 228730.

^{1b} El precio se obtuvo del *Reporte de telecomunicaciones de servicios fijos*, el cual presenta el promedio de todos los precios que el paquete de 20 (veinte) Mbps tuvo en los diferentes municipios del país.

^{1c} Base: segunda quincena de julio dos mil dieciocho. Fuente: INEGI.

Fuente: Reporte de telecomunicaciones de servicios fijos y el Registro Público de Tarifas de los Servicios de Telecomunicaciones, Fojas 1827 a 1834 del Expediente, Foja 5226 del Expediente AI/DC-002-2019.

De la Tabla 1 se observa que en el año dos mil diecinueve, Telmex reportó la única oferta del SBAF en la categoría de 10 (diez) Mbps [REDACTED] en los 16 (dieciséis) mercados relevantes de la Operación. Por su parte, en la categoría de 20 (veinte) Mbps, Megacable es el único proveedor del SBAF que ofreció un paquete con un precio ligeramente inferior al de Telmex (1.37% menor), en tanto, Total Play ofreció un paquete *doble play* con los mayores precios a septiembre 2019 (dos mil diecinueve).

En conclusión, dos de los principales oferentes del SBAF (Megacable y Total Play) no registraron paquetes de 10 (diez) Mb en el dos mil diecinueve en León, Guanajuato, sino solamente de 20 (veinte) Mb que tienen un precio mayor, lo cual influye en el crecimiento del INPC.

No obstante, cabe señalar que en términos reales, se experimentó una caída en los precios de los principales paquetes *doble play* desde dos mil dieciséis hasta dos mil diecinueve para todos los oferente.

¹ En el RPC, Megacable y Total Play no tienen registradas tarifas del SBAF en *single play*.