# GUÍA PARA LA PRESENTACIÓN DE LAS SOLICITUDES DE INVESTIGACIÓN DE CONDICIONES DE MERCADO PREVISTAS EN EL ARTÍCULO 96 DE LA LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, EN LOS SECTORES DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN

## INTRODUCCIÓN

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el Instituto Federal de Telecomunicaciones es un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, para lo cual tiene a su cargo la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, así como del acceso a la infraestructura activa, pasiva y otros insumos esenciales.

Asimismo, el Instituto es la autoridad en materia de competencia económica en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, por lo que en ellos tiene por objeto garantizar la libre competencia y concurrencia, así como prevenir, investigar y combatir las prácticas monopólicas, las concentraciones y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados.

Para cumplir sus funciones como autoridad en materia de competencia económica el Instituto cuenta, entre otras, con las facultades de investigación previstas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en la Ley Federal de Competencia Económica.

La Autoridad Investigadora es el órgano del Instituto encargado de desahogar la investigación y en el ejercicio de sus atribuciones está dotada de autonomía técnica y de gestión para decidir sobre su funcionamiento y resoluciones.

Las investigaciones para determinar la existencia o inexistencia de condiciones de competencia efectiva en uno o varios mercados relevantes en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, así como para declarar la existencia de agentes económicos con poder sustancial, pueden iniciar de oficio, a solicitud del Ejecutivo Federal, por sí o por conducto de la Secretaría de Economía, a solicitud de la dependencia coordinadora del sector correspondiente o a petición de parte afectada, cuando las disposiciones legales o reglamentarias establezcan que deba resolverse u opinar sobre cuestiones de competencia efectiva, existencia de poder sustancial u otros términos análogos, o cuando así lo determine el Ejecutivo Federal mediante acuerdos o decretos.

## OBJETIVOS

La presente guía es de carácter informativo y tiene como finalidad orientar al público en general sobre la presentación de solicitudes de investigación para resolver u opinar sobre cuestiones de competencia efectiva, existencia de poder sustancial en el mercado relevante u otros términos análogos en los sectores de

Proyecto

telecomunicaciones y radiodifusión, previstas en el artículo 96 de la Ley Federal de Competencia Económica. Específicamente, se pretende orientar sobre la información y los documentos adecuados para satisfacer los requisitos establecidos en el artículo 120, fracción I, de las Disposiciones Regulatorias.

Para ello, en esta guía se explican las modalidades para iniciar una investigación; los requisitos que debe cumplir la solicitud; los elementos para identificar el mercado relevante; los elementos para identificar la existencia de poder sustancial o la ausencia de condiciones de competencia efectiva; los acuerdos que puede emitir la Autoridad Investigadora del Instituto una vez presentada la solicitud, así como las distintas categorías en que se puede clasificar la información que los solicitantes presentan.

La guía tiene propósitos orientadores, por lo que no interpreta ni sustituye el marco jurídico aplicable.

## PUNTO DE CONTACTO

A fin de aclarar dudas, realizar comentarios o cualquier otra cuestión relacionada con la presente guía, los agentes económicos, interesados y público en general tienen a su disposición el siguiente teléfono: (0155) 50 15 40 00, extensión 4588, así como la dirección de correo electrónico: aclaraciones.guiasolicitudes96@ift.org.mx

## GLOSARIO

Para los efectos de la presente guía, se entiende por:

| Términos | Significados |
|---|---|
| **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, en términos del artículo 3, fracción I, de la LFCE. |
| **Autoridad Investigadora** | Órgano del Instituto, dotado de autonomía técnica y de gestión, encargado de desahogar la investigación y es parte en el procedimiento seguido en forma de juicio de conformidad con los artículos 26 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, 26 de la LFCE y 4, fracción VI, del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones. |
| **Disposiciones Regulatorias** | Disposiciones Regulatorias de la Ley Federal de Competencia Económica para los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión. |
| **DOF** | Diario Oficial de la Federación. |
| **Guía** | Guía para la presentación de las solicitudes de investigación de condiciones de mercado previstas en el artículo 96 de la Ley Federal de Competencia Económica, en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión. |
| **Instituto** | Instituto Federal de Telecomunicaciones. |
| **Investigación** | Procedimiento seguido por la Autoridad Investigadora del Instituto, con el fin de resolver u opinar sobre cuestiones de competencia efectiva, existencia de poder sustancial en el mercado relevante u otros términos análogos en los sectores de |

Proyecto

| | |
|---|---|
| | telecomunicaciones y radiodifusión, que se realiza en términos de lo dispuesto en el artículo 96 de la LFCE. |
| LFCE | Ley Federal de Competencia Económica, publicada en el DOF el veintitrés de mayo de dos mil catorce. |
| Pleno | Órgano de gobierno del Instituto, conformado por siete Comisionados. |

## 1. LA INVESTIGACIÓN

El Instituto es la autoridad competente para determinar la existencia de agentes económicos con poder sustancial en los mercados relevantes de los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, con la finalidad de imponerles las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia. De igual forma, al Instituto le corresponde declarar la existencia o inexistencia de condiciones de competencia efectiva en los sectores antes referidos y, en su caso, la extinción de las obligaciones impuestas a los agentes económicos con poder sustancial. Lo anterior, previo a la realización del procedimiento establecido en la LFCE y en las Disposiciones Regulatorias.

## 2. MODALIDADES PARA INICIAR UNA INVESTIGACIÓN

La investigación prevista en el artículo 96 de la LFCE sobre cuestiones de competencia efectiva, existencia de poder sustancial en el mercado relevante u otros términos análogos puede iniciarse de oficio, a solicitud del Ejecutivo Federal, por sí o por conducto de la Secretaría de Economía, a solicitud de la dependencia coordinadora del sector correspondiente o a petición de parte afectada, cuando las disposiciones legales o reglamentarias establezcan que deba resolverse u opinar sobre cuestiones de competencia efectiva, existencia de poder sustancial u otros términos análogos, o cuando así lo determine el Ejecutivo Federal mediante acuerdos o decretos.

### 2.1. De oficio

En los términos previstos por el artículo 96 de la LFCE, el Instituto puede iniciar de oficio (es decir, sin necesidad de que medie una solicitud) la investigación respectiva.

### 2.2. A solicitud del Ejecutivo Federal

El Ejecutivo Federal podrá, ya sea por sí, por conducto de la Secretaría de Economía [1] o bien a solicitud de la dependencia coordinadora del sector correspondiente solicitar al Instituto el inicio de la investigación.

[1] En específico, esta facultad corresponde a la Unidad de Competencia y Políticas Públicas para la eficiencia de los mercados, de conformidad con el artículo 19, fracción VI, inciso c) del Reglamento Interior de la Secretaría de Economía, publicado en el DOF el nueve de septiembre de dos mil dieciséis.



Proyecto

## 2.3. A petición de parte afectada

A continuación se describen los distintos sujetos que pueden considerarse como parte afectada,[2] y se ejemplifica cada uno de ellos:

a) Los usuarios o consumidores del bien o servicio de que se trate.

Por ejemplo, los usuarios de un servicio de telecomunicaciones o radiodifusión que tengan celebrado un contrato con un prestador de servicios de telecomunicaciones o radiodifusión.

b) El agente económico que en el momento del inicio del procedimiento se encuentre sujeto a regulación de precios, tarifas, calidad, contraprestaciones o información, entre otros aspectos, de conformidad con la legislación aplicable.

Un ejemplo serían aquellos agentes económicos que, en virtud de una resolución del Pleno del Instituto, se encontraran sujetos a medidas asimétricas derivadas de su carácter de agentes económicos con poder sustancial en uno o varios mercados relevantes en los sectores de telecomunicaciones o radiodifusión.

c) Cualquier otro participante en el mercado que acredite una afectación derivada de la falta de competencia efectiva, existencia de poder sustancial u otro término análogo.

Por ejemplo, un agente económico que participa en un mercado de servicios de telecomunicaciones y/o radiodifusión, como puede ser un concesionario o un comercializador.

En el supuesto previsto en este inciso c), es necesario acreditar una *afectación derivada de la falta de competencia efectiva* o de la *existencia de poder sustancial*; esto es, quien se ostente como parte afectada en términos del referido inciso necesita acreditar la existencia de una afectación específica más allá de la mera probabilidad de esta. En este sentido, la mera enunciación de que se participa en el mercado no colma el requisito, sino que se debe *acreditar* una afectación que, a su vez, debe derivar de la falta de competencia efectiva, existencia de poder sustancial u otro término análogo.

En relación con lo anterior, en términos de la LFCE y las Disposiciones Regulatorias, el solicitante deberá desarrollar una argumentación en la que explique en qué consiste su afectación y presentar los elementos que juzgue convenientes para sustentar su dicho. Entre las posibles afectaciones que puede argumentar el solicitante, se encuentran: reducciones en las opciones de compra, reducciones en la calidad del bien o servicio, incrementos injustificados en los precios del bien o servicio de que se trate, entre otros.

[2] De conformidad con lo establecido por el artículo 119, fracción I, de las Disposiciones Regulatorias.

Proyecto

## 3. REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR LA SOLICITUD

### 3.1. Requisitos generales

Todas las solicitudes y promociones deben presentarse en la Oficialía de Partes Común del Instituto, ubicada en Insurgentes Sur 1143, colonia Nochebuena, Alcaldía Benito Juárez, código postal 03720, Ciudad de México, dentro del horario y conforme al calendario de labores que el Instituto publica en el DOF.[3]

Las solicitudes se deben presentar en idioma español y en ellas debe constar la firma del o los solicitantes. Si alguno de ellos no sabe o no puede firmar, estampará en la solicitud su huella digital en presencia de dos testigos, quienes deberán firmar también la solicitud.[4] No obstante lo anterior, y de conformidad con lo establecido por el tercer párrafo del artículo 271 del Código Federal de Procedimientos Civiles, de aplicación supletoria a la LFCE como lo establece el diverso artículo 121 del propio ordenamiento, las promociones que los pueblos o comunidades indígenas o los indígenas en lo individual, asentados en el territorio nacional, hicieren en su lengua, dialecto o idioma, no necesitarán acompañarse de la traducción al español. El Instituto la hará de oficio con cargo a su presupuesto.

El o los solicitantes pueden presentar documentos junto con su promoción en idioma distinto al español, acompañando la traducción realizada por un perito traductor de los aspectos que consideren relevantes. Lo anterior, sin perjuicio de que el Instituto pueda solicitar que se amplíe o se realice en su totalidad la traducción por perito traductor, cuando lo considere pertinente.[5]

### 3.2. Requisitos específicos

Se deberá presentar la siguiente información y documentación, en términos de las Disposiciones Regulatorias:[6]

*a. Nombre, denominación o razón social del solicitante y los elementos que acrediten el carácter con el que actúa;*

En la solicitud debe señalarse el nombre (en el caso de personas físicas), la denominación o razón social (cuando se trate de personas jurídicas) o el nombre y cargo del servidor público que acude por parte del Ejecutivo Federal, en su caso. Asimismo, se debe acompañar la documentación que permita acreditar que el o los solicitantes tienen el carácter de parte afectada.

El carácter de parte afectada se acreditará considerando los elementos descritos en el apartado 2.3 anterior.

Con relación a lo anterior, se recomienda tener en cuenta lo siguiente:

[3] Artículo 116 de la LFCE.
[4] Artículo 112 de la LFCE.
[5] Artículo 113 de la LFCE.
[6] Artículo 120, fracción I, de las Disposiciones Regulatorias, en relación con la fracción I del artículo 96 de la LFCE.

Proyecto

- Si el solicitante es una persona física y promueve por su propio derecho, se sugiere acompañar al escrito una copia simple de su identificación oficial.

  Como identificación oficial se podrá exhibir cualquiera de los siguientes documentos: pasaporte vigente expedido por la Secretaría de Relaciones Exteriores; credencial para votar vigente expedida por el Instituto Nacional Electoral; cédula profesional expedida por la Secretaría de Educación Pública; cartilla del Servicio Militar Nacional, expedida por la Secretaría de Defensa Nacional, o cualquier credencial oficial vigente con fotografía y firma, expedida por instituciones o dependencias del gobierno federal, estatal o de la Ciudad de México.

- En el caso de personas morales: señalar la denominación o razón social completa, sin abreviaturas, en los términos en que aparezca en el instrumento público por el que se haya constituido o en aquel que hubiera modificado su denominación o razón social.

*b. Original o copia certificada del documento o instrumento con el que acredite la personalidad;*

El solicitante debe indicar en su escrito si acude por su propio derecho o en representación de un tercero. En el caso de representación de agentes económicos, deberá acreditarse mediante testimonio notarial o copia certificada del documento o instrumento que contenga las facultades para ello, el cual acompañará a su solicitud, de conformidad con las formalidades establecidas en la legislación aplicable.[7]

Al respecto, se recomienda tener en cuenta las consideraciones siguientes:

- Las facultades de representación pueden constar en instrumentos emitidos por notarios o corredores públicos;
- Los instrumentos públicos en que consten las facultades de representación deberán presentarse completos, sin enmendaduras ni tachaduras y cumplir con normas de seguridad, tales como kinegramas, rúbricas y sellos de los notarios y corredores públicos;
- Las facultades de representación deben estar vigentes y no haber sido revocadas a la fecha de presentación del escrito de solicitud, para lo cual se sugiere que el solicitante manifieste tal circunstancia bajo protesta de decir verdad;
- Los documentos con los que se acredite la personalidad del representante legal deberán presentarse con el escrito de solicitud, y
- En caso de que el solicitante revoque las facultades de representación, se recomienda informarlo de forma inmediata a la Autoridad Investigadora y,

[7] Artículo 111 de la LFCE.

Proyecto

en su caso, designará un nuevo representante legal, quien tendrá que acreditar su personalidad en los términos del presente apartado.

c. *Domicilio para oír y recibir notificaciones y personas autorizadas para tales efectos, así como teléfono, correo electrónico u otros datos que permitan su pronta localización;*

En el escrito de solicitud se deberá señalar un domicilio para oír y recibir notificaciones situado en la Ciudad de México, así como las personas autorizadas para atender tales diligencias.[8] Además, deberá indicarse número telefónico, correo electrónico y cualquier otra referencia que permita a la autoridad contactar al solicitante.

En caso de cambiar de domicilio, se recomienda hacerlo del conocimiento de la Autoridad Investigadora para tener por señalado el nuevo domicilio, a efecto de que las notificaciones personales se realicen en este. En caso de no hacerlo, las notificaciones personales se realizarán en el domicilio señalado en el expediente y surtirán plenos efectos legales.

Importante: serán notificadas por lista las actuaciones, aun teniendo el carácter de personales, cuando en la primera promoción no se señale domicilio o este no se señale en la Ciudad de México, sin perjuicio que con posterioridad se designe.[9]

El solicitante puede autorizar a las personas que estime pertinentes para los propósitos siguientes:

- Recibir notificaciones personales, realizar promociones, ofrecer medios de prueba, concurrir al desahogo de pruebas, formular alegatos y, en general, llevar a cabo los actos necesarios durante la investigación, o[10]
- Únicamente para oír y recibir notificaciones y documentos e imponerse de las constancias del expediente en los casos que resulte procedente.[11]

De no especificar en qué términos se autoriza, se entenderá que es únicamente para oír y recibir notificaciones y documentos.[12]

d. *Los elementos y las razones que justifiquen la necesidad de la declaratoria y los elementos que estén a su disposición y que sirvan para que el Instituto pueda analizar, en términos de los artículos 58 y 59 de la Ley (LFCE), el mercado relevante y las condiciones de competencia efectiva, el poder sustancial u otro término análogo, junto con la información que recabe durante la investigación,*

El escrito de solicitud deberá contener los argumentos por los que se considera necesaria la declaratoria, para lo cual señalará el bien o servicio involucrado; el o los agentes económicos que a su consideración tienen poder sustancial; las

[8] Artículos 111 y 117 de la LFCE.
[9] Lo anterior de conformidad con el artículo 168, fracción III de las Disposiciones Regulatorias.
[10] Artículo 111, párrafo segundo de la LFCE.
[11] Artículo 111, párrafo tercero de la LFCE.
[12] Artículo 111, párrafo cuarto de la LFCE.

Proyecto

circunstancias por las cuales considera que no existe competencia efectiva en el mercado en cuestión, y las posibles afectaciones derivadas de dichas situaciones.

Entre los elementos que justifiquen la necesidad de la investigación se pueden presentar, a modo de ejemplo, los siguientes: notas periodísticas, comunicados, declaraciones, audios, videos, entrevistas, reportajes, artículos académicos, estudios o análisis económicos, fotografías o imágenes, entre otros. En cualquier caso, las fuentes deberán ser confiables y verificables.

Asimismo, el solicitante presentará aquellos elementos que estén a su disposición y que sirvan para que el Instituto pueda identificar y analizar el mercado relevante, así como las condiciones de competencia efectiva, poder sustancial u otro término análogo, como se señala en los apartados 4 y 5 siguientes.

*e. La información que permita identificar a los agentes económicos que participan en el mercado relevante, los mercados relacionados [13] y sus participaciones.*

Esta información puede consistir en el nombre comercial y/o denominación social, domicilio o cualquier otro dato pertinente que permita la identificación de aquellas personas físicas o morales que ofrecen bienes o servicios en el mercado en el que se solicita la investigación.

Para identificar las participaciones de mercado de los oferentes, es recomendable que el solicitante incluya en su solicitud: indicadores de ventas o ingresos, número de suscriptores o clientes, audiencia, volumen de tráfico o capacidad utilizada de las redes, así como cualquier otra unidad de medida que habitualmente se utilice en el mercado.

## 4. ELEMENTOS PARA IDENTIFICAR EL MERCADO RELEVANTE

A continuación, se presenta un listado del tipo de información que es recomendable incluir en la solicitud y que resulta útil para identificar el mercado relevante, en su dimensión producto, geográfica y, en su caso, temporal, de acuerdo con las fracciones del artículo 58 de la LFCE.

*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;*

Para delimitar la dimensión producto del mercado relevante es necesario entender en qué consiste el bien o servicio en cuestión, quiénes son sus demandantes y oferentes (actuales y potenciales), así como los posibles bienes o servicios sustitutos desde la perspectiva de la demanda y la oferta. Para ello, es recomendable que la solicitud contenga, entre otra, la siguiente información:

[13] De acuerdo con el artículo 6 de las Disposiciones Regulatorias, los mercados relacionados son aquellos que involucran bienes, servicios o áreas geográficas distintas a las que forman parte del mercado relevante, pero que inciden en o son influidos por las condiciones de competencia y libre concurrencia imperantes en el mismo.



PROYECTO

- Descripción de las características físicas y técnicas del bien o servicio y sus posibles usos;
- Identificación de los usuarios del bien o servicio, por ejemplo, empresas, personas, operadores de telecomunicaciones, entre otros;
- Identificación y descripción de los posibles sustitutos del bien o servicio, por el lado de la demanda, es decir, aquellos bienes y servicios que los usuarios consideran intercambiables;
- Principales factores del bien o servicio que valoran los usuarios, por ejemplo, conocimiento y prestigio de la marca, asistencia o atención al usuario, tiempos de respuesta, oferta de un portafolio de bienes o servicios, cobertura, efectos de red;
- Encuestas o estudios sobre los hábitos de consumo y/o comportamiento de los usuarios ante incrementos en precios del bien o servicio y de los posibles sustitutos;
- Descripción de planes o paquetes del bien o servicio (por ejemplo, minutos incluidos, número de mensajes, velocidad, capacidad, canales incluidos, servicios adicionales), así como la proporción de usuarios que adquieren el bien o servicio de manera empaquetada con otro(s);
- Precios, así como volumen de ventas o cantidades, actuales e históricos del bien o servicio y de sus posibles sustitutos. En caso de estar disponibles, estimaciones de elasticidades precio y/o cruzadas de la demanda;
- Listado de descuentos y promociones actuales e históricos aplicables al bien o servicio y a sus posibles sustitutos;
- Descripción de las principales variables establecidas en los contratos de prestación del bien o servicio, por ejemplo, duración, penalizaciones, obligaciones, exclusividades, descuentos, contraprestaciones;
- Identificación de los oferentes (actuales y potenciales) del bien o servicio, así como de la cartera de bienes o servicios que proveen;
- Descripción de cómo se produce el bien o servicio, los elementos que lo componen y las tecnologías que se utilizan para su provisión;
- Identificación y descripción de los posibles sustitutos del bien o servicio, por el lado de la oferta, es decir, la existencia de otros oferentes dispuestos a reorientar sus recursos y/o producción para ofrecer dichos bienes o servicios (sustituibilidad por el lado de la oferta);
- Descripción de los principales factores que determinan la estructura de costos del bien o servicio y sus posibles sustitutos. En su caso, estimaciones de los costos (en tiempo y dinero) necesarios para su provisión, planes de negocio o inversión;
- Descripción de los canales y redes de distribución del bien o servicio;

Proyecto

- Descripción de las modalidades de comercialización del bien o servicio, por ejemplo, cambaceo, puntos de venta, *telemarketing*, venta directa;
- Variaciones en la oferta y la demanda del bien o servicio en función de la temporalidad, por ejemplo, la valoración de los contenidos y la plataforma a través de la cual se transmiten puede variar en función de su novedad, tal es el caso de los contenidos Premium que se transmiten primero, en cines, posteriormente, en televisión de paga y, finalmente, en televisión abierta; igualmente, las preferencias de los usuarios de servicios de telefonía móvil pueden variar en función de la novedad de los dispositivos o equipos terminales;
- Posible segmentación del mercado en cuestión por: i) tipo de cliente (por ejemplo, residencial/corporativo o mayorista/minorista), ii) por modalidad de pago (por ejemplo, pospago/prepago), iii) por etapa de la cadena de valor (por ejemplo, producción o creación de contenidos/programación o agregación de contenidos/comercialización y distribución de señales/comercialización del servicio de televisión de paga), entre otros; y
- Tendencias y perspectivas de crecimiento del mercado en cuestión; por ejemplo, señalar si el mercado se encuentra en expansión, madurez, declive o nacimiento.

*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;*

Para delimitar la dimensión geográfica del mercado relevante es necesario identificar las áreas geográficas donde se produce y vende el bien o servicio, así como las áreas entre las que es posible la sustitución del mismo, considerando la facilidad de los oferentes de transportar, distribuir y/o comercializar el bien o servicio dentro de distintas áreas geográficas. Para ello, es recomendable que la solicitud contenga, entre otra, la siguiente información:

- Áreas geográficas donde se ofrece y demanda el bien o servicio;
- Costos de los canales o redes de distribución del bien o servicio, así como limitaciones para acceder a dichos canales;
- Áreas geográficas donde se ofrecen y demandan los posibles sustitutos del bien o servicio, así como los costos de sus respectivos canales de distribución;
- Limitaciones de los oferentes para acceder a los insumos requeridos para proveer el bien o servicio, por ejemplo, limitaciones para adquirir bandas de frecuencia del espectro radioeléctrico, contenidos, elementos de infraestructura de red, personal calificado;

Proyecto

- Requerimientos normativos y técnicos para proveer el bien o servicio en un área geográfica determinada, por ejemplo, concesiones, permisos, trámites, requisitos, normas técnicas;
- Señalar si es previsible la entrada de oferentes provenientes de otras áreas geográficas en un plazo menor a un año;
- Descripción de los principales factores que determinan los costos, montos de inversión y tiempo requeridos para proveer el bien o servicio en otras áreas geográficas, y
- Planes de inversión para expandir la cobertura geográfica del bien o servicio.

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

La delimitación geográfica del mercado relevante también requiere determinar si los consumidores o usuarios del bien o servicio de que se trate pueden acudir fácilmente a otras áreas geográficas para adquirir el bien o servicio y sus posibles sustitutos. Para ello, es recomendable que la solicitud contenga, entre otra, la siguiente información:

- Proveedores del bien o servicio en las diferentes áreas geográficas;
- Diferencias en los patrones de consumo de los usuarios entre áreas geográficas;
- Diferencias en las ofertas comerciales disponibles para los usuarios en las distintas áreas geográficas, en términos de precios, calidad y variedad, condiciones de contratación, modalidades de pago, promociones, entre otros factores, del bien o servicio;
- Diferencias en la disponibilidad de tecnologías y medios de transmisión para la provisión del bien o servicio entre áreas geográficas, por ejemplo, si existe oferta de servicios vía satélite, cable, microondas;
- Proveedores de los posibles sustitutos del bien o servicio y diferencias en sus ofertas comerciales en las distintas áreas geográficas;
- Una explicación que describa qué tan costoso les resulta a los usuarios cambiar a los bienes o servicios ofrecidos por un competidor en otra área geográfica y, en su caso, datos que soporten la argumentación, y
- Limitaciones físicas, técnicas, normativas y/o económicas que dificulten a los usuarios el acceso al bien o servicio en otras áreas geográficas, por ejemplo, costos de instalación, costos de transporte, diferenciación de estándares entre áreas geográficas, tiempo y requisitos necesarios para acceder al servicio en otra área geográfica, entre otros.

*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;*

Proyecto

Para delimitar las dimensiones producto y geográfica del mercado relevante es necesario conocer si existen restricciones normativas que limiten el acceso a proveedores y/o consumidores alternativos. Para ello, es recomendable que la solicitud contenga, entre otra, la siguiente información:

- Normas, disposiciones legales o actos de la autoridad que limiten el acceso de los oferentes a determinados tipos de consumidores o usuarios, o a determinadas áreas geográficas, y
- Normas, disposiciones legales o actos de la autoridad que limiten el acceso de los demandantes a determinados tipos de oferentes o bienes, o a oferentes o bienes en otras áreas geográficas.

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

La información señalada en las fracciones I a V del presente apartado cumple con los requerimientos del artículo 5 de las Disposiciones Regulatorias para identificar el mercado relevante.

## 5. ELEMENTOS PARA IDENTIFICAR EXISTENCIA DE PODER SUSTANCIAL O LA AUSENCIA DE CONDICIONES DE COMPETENCIA EFECTIVA

A continuación, se presenta un listado del tipo de información que es recomendable incluir en la solicitud y que resulta útil para identificar la existencia de poder sustancial o la falta de condiciones de competencia efectiva, de acuerdo con las fracciones del artículo 59 de la LFCE y de los artículos 7 y 8 de las Disposiciones Regulatorias.

*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 conocer la estructura del mercado y la capacidad de uno o varios oferentes de fijar los precios o restringir el abasto en el (los) mercado(s) relevante(s) de manera unilateral, es recomendable que la solicitud contenga, entre otra, la siguiente información:

- Identificación de los principales oferentes del bien o servicio en cuestión;
- Estimación del tamaño total del mercado en cuestión, expresada en valor y en el tipo de unidades que habitualmente se utilizan en el sector, por ejemplo, ventas o ingresos, número de suscriptores o clientes, audiencia, volumen de tráfico en sus redes o la capacidad utilizada de las mismas;
- Participaciones de mercado (actuales e históricas) de los principales oferentes en las unidades de medida antes señaladas;
- Estimaciones de los márgenes de ganancia (actuales e históricos) de los principales oferentes, incluyendo las variables y metodología utilizadas;

Proyecto

- Estimaciones de los ingresos promedio por usuario o por unidad de venta (actuales e históricos) de los principales oferentes;
- En caso de estar disponibles, estimaciones de poder de mercado y de la elasticidad precio de la demanda;
- Precios, así como volumen de ventas o cantidades, actuales e históricos, de los oferentes de los bienes o servicios del (los) mercado(s) en cuestión, y
- Una explicación de cómo se determina el precio en el mercado, por ejemplo, si lo fijan los oferentes, si se negocia entre oferentes y demandantes o si es el resultado de un proceso de licitación o regulación.

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

Para identificar las posibles barreras a la entrada al mercado relevante, se consideran los criterios establecidos en el artículo 7, fracciones I a VII de las Disposiciones Regulatorias. Dichos criterios refieren a las características y condiciones económicas, técnicas, normativas y de comportamiento que pueden limitar o disuadir la entrada de competidores. Para ello, es recomendable que la solicitud contenga, entre otra, la siguiente información:

- Dificultades que enfrentan los potenciales entrantes al mercado en cuestión para conseguir financiamiento y recuperar la inversión;
- Descripción de las restricciones normativas que deben cumplir los nuevos entrantes al mercado en cuestión, por ejemplo, permisos, derechos de vía, licencias, títulos de concesión;
- Descripción de actos de autoridades públicas que privilegien a los actuales oferentes en el mercado en cuestión, o que retrasen o impidan la entrada de competidores potenciales, por ejemplo, el establecimiento de reglas en licitaciones públicas que favorezcan a algún participante al restringir las tecnologías que pueden utilizarse, la cobertura geográfica de las redes, el número de años en el mercado, entre otras;
- Descripción de conductas realizadas por los principales oferentes para retrasar, disuadir o impedir la entrada al mercado en cuestión, por ejemplo, negación o detrimento en la calidad de insumos relevantes, sobre invertir en capacidad, publicidad o investigación y desarrollo para disuadir la entrada, otorgamiento de descuentos y/o beneficios para mantener cautivos a los clientes, saturar todos los posibles nichos del mercado, entre otras;
- Importancia de contar con patentes, conocimientos técnicos especializados o de derechos de propiedad intelectual e industrial para ingresar o expandirse en el mercado en cuestión;
- Importancia del reconocimiento de marca y descripción de las estrategias comerciales para generar lealtad de marca en el mercado en cuestión;

Proyecto

- Inversión anual de los principales oferentes en el mercado en cuestión; así como planes de inversión en los que se establezcan los requerimientos de capital para iniciar la provisión del bien o servicio, el tiempo estimado para la recuperación de la inversión, el alcance geográfico y/o número de usuarios que se pretende cubrir, entre otros;
- Gastos en publicidad, promoción e investigación y desarrollo de los principales oferentes en el mercado en cuestión, y
- Número de empresas que lograron entrar al mercado en los últimos cinco años, y descripción de casos de éxito.

*III. La existencia y poder de sus competidores;*

Para identificar si existen competidores actuales o potenciales capaces de contrarrestar el comportamiento del(los) oferente(s) que presumiblemente tiene(n) poder sustancial, es recomendable que la solicitud contenga, entre otra, la siguiente información:

- Número e importancia relativa de los competidores presentes en el mercado en cuestión, por ejemplo, indicar si están bien posicionados, si son disruptivos o si se enfocan en nichos específicos del mercado, entre otros;
- Estimaciones de la capacidad instalada de los oferentes que participan en el mercado en cuestión, en términos de la unidad de medida que generalmente se use en el sector, por ejemplo, extensión de kilómetros de la red de fibra óptica, número de postes, ductos, pozos, registros, torres, cantidad de espectro radioeléctrico concesionado, entre otros;
- Indicadores del grado de rivalidad entre los oferentes del mercado en cuestión, por ejemplo, tasa de movilidad de los usuarios entre los distintos oferentes, variaciones en las participaciones de mercado y en los márgenes de ganancia de los oferentes, preferentemente, en los últimos cinco años, y
- Identificación de potenciales entrantes al mercado en cuestión que pudieran competir efectivamente contra los actuales oferentes.

*IV. Las posibilidades de acceso del o de los agentes económicos y sus competidores a fuentes de insumos;*

Para identificar si los oferentes pueden acceder con facilidad a los insumos requeridos para proveer el bien o servicio relevante, es recomendable que la solicitud contenga, entre otra, la siguiente información:

- Descripción de los insumos necesarios para la provisión de los bienes o servicios del mercado en cuestión;
- Descripción de la cadena de valor de los bienes o servicios del mercado en cuestión, identificando oferentes y demandantes de los insumos en cada etapa;

PROYECTO

- Participaciones de mercado de los principales oferentes de insumos, en términos de ingresos, volumen de ventas, capacidad instalada, entre otros;
- Identificación de oferentes verticalmente integrados a lo largo de la cadena de valor de los bienes o servicios en cuestión;
- Capacidad de negociación de los demandantes en las diferentes etapas de la cadena de valor, por ejemplo, señalar si poseen un alto volumen de compra, si están bien posicionados en sus respectivos mercados;
- Precios actuales e históricos de los insumos requeridos para proveer los bienes o servicios en cuestión;
- Gasto anual en la adquisición de insumos de los principales oferentes en el mercado en cuestión;
- Capacidad de los principales oferentes de auto proveerse los insumos relevantes para proveer los bienes o servicios en cuestión;
- Importancia de las exclusividades en la provisión de insumos;
- Evidencia de establecimiento de condiciones más favorables de acceso a los insumos relevantes para determinados oferentes;
- Evidencia de prácticas dilatorias, de negación o de degradación de la calidad de los insumos, y
- Descripción de las principales variables establecidas en los contratos entre los proveedores de los insumos y los oferentes de los bienes y servicios en cuestión, por ejemplo, requisitos y obligaciones para acceder al insumo, duración del contrato, penalizaciones, contraprestaciones, descuentos, exclusividades.

*V. El comportamiento reciente del o los agentes económicos que participan en dicho mercado;*

Para que la Autoridad Investigadora pueda identificar conductas en el mercado relevante que pudieran impedir, retrasar o distorsionar el proceso de competencia, es recomendable que la solicitud contenga, entre otra, la siguiente información:

- Antecedentes de procedimientos en los que se haya comprobado la realización de una práctica monopólica absoluta y/o relativa por parte de uno o varios de los oferentes que participan en el mercado relevante, y
- Descripción de estrategias comerciales de los oferentes que participan en el mercado en cuestión que puedan tener el objeto o efecto de desplazar a competidores, limitar su capacidad para competir, retrasar o impedir la entrada, y/o suavizar la competencia.

*VI. Los demás que se establezcan en las Disposiciones Regulatorias, así como los criterios técnicos que para tal efecto emita el Instituto.*

Proyecto

Para identificar la existencia de poder sustancial en el mercado en cuestión, es recomendable que la solicitud contenga, entre otra, la siguiente información:[14]

- Gastos en publicidad y promoción de la marca de los principales oferentes del bien o servicio en cuestión;
- Identificación de marcas con prestigio y/o estrategias para generar lealtad de marca del bien o servicio en cuestión;
- Descripción de las limitaciones físicas, normativas, técnicas y/o económicas que enfrentan los potenciales oferentes internacionales para proveer el bien o servicio en cuestión en el país;
- Estimación de los costos y el tiempo necesarios que enfrentan los usuarios para cambiar de proveedor, por ejemplo, costos de búsqueda, costos de aprendizaje, costos por adaptación de equipos, cuotas de inscripción, entre otros;

Es recomendable que el solicitante precise las fuentes o referencias de las cuales obtuvo la información proporcionada. En caso de presentar estimaciones, es necesario incluir una explicación de las variables y fórmulas utilizadas.

## 6. ACUERDOS QUE PUEDE EMITIR LA AUTORIDAD INVESTIGADORA UNA VEZ PRESENTADA LA SOLICITUD

En la primera actuación que emita la Autoridad Investigadora con relación al escrito de solicitud, se asignará un número de expediente para su identificación.

Una vez que la Autoridad Investigadora recibe una solicitud, evalúa su procedencia, es decir, analiza si cumple con todos los requisitos establecidos en la LFCE y las Disposiciones Regulatorias, descritos en la Guía.

Para dicho análisis, la Autoridad Investigadora tiene un plazo de 10 días hábiles, contados a partir del día hábil siguiente a aquel en que se reciba el escrito de solicitud en la Oficialía de Partes Común del Instituto, dentro del cual dictará alguno de los siguientes acuerdos:

### 6.1. Acuerdo de inicio

El acuerdo de inicio es la actuación por medio de la cual la Autoridad Investigadora da comienzo a la investigación.

Cuando el escrito de solicitud cumpla todos los requisitos, la Autoridad Investigadora emitirá el acuerdo de inicio y publicará en el DOF un extracto de éste, que deberá indicar el mercado materia de la investigación con el objeto de que cualquier persona pueda coadyuvar en la misma. El extracto podrá ser difundido, además, en cualquier otro medio de comunicación.

[14] Artículo 8 de las Disposiciones Regulatorias.



Proyecto

## 6.2. Acuerdo de prevención

El acuerdo de prevención es una actuación por medio de la cual se hace del conocimiento del solicitante qué elementos omitió acompañar a su escrito de solicitud de investigación y que resultan necesarios para cumplir con los requisitos y formalidades previstos en los ordenamientos legales.

A estos efectos, se otorga al solicitante un plazo de quince días hábiles, contados a partir de la notificación personal de la prevención,[15] para que presente la información faltante.

## 6.3. Acuerdo que tiene por no presentada la solicitud

Si el solicitante no acredita tener el carácter de parte afectada o bien no desahoga en tiempo y forma lo requerido en el acuerdo de prevención, la solicitud se tendrá por no presentada y se hará del conocimiento del solicitante.

Lo anterior sin perjuicio de que el solicitante pueda presentar de nueva cuenta su solicitud, incluyendo la información faltante o bien, nuevos elementos.

# 7. CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN

La información y documentos que se presenten o acompañen a las solicitudes podrán considerarse, en términos de los artículos 3, fracciones IX, X y XI, 124, primer párrafo, y 125 de la LFCE, como pública, reservada o confidencial.

| | |
|---|---|
| Información confidencial | La que de divulgarse pueda causar un daño o perjuicio en la posición competitiva de quien la haya proporcionado, contenga datos personales cuya difusión requiera su consentimiento, pueda poner en riesgo su seguridad o cuando por disposición legal se prohíba su divulgación.[16] |
| Información pública | La que se haya dado a conocer por cualquier medio de difusión público, se halle en registros o en fuentes de acceso públicos.[17] |
| Información reservada | Aquella a la que solo los agentes económicos con interés jurídico en el procedimiento pueden tener acceso.[18] |

Durante la investigación no se permitirá el acceso al expediente y, en la secuela del procedimiento, únicamente los agentes económicos con interés jurídico en

[15] El plazo indicado encuentra fundamento en el artículo 96, fracción II, de la LFCE. Por otro lado, de acuerdo con la fracción VI del artículo 166 de las Disposiciones Regulatorias, la notificación de la prevención debe realizarse de forma personal.
[16] Artículo 3, fracción IX de la LFCE.
[17] Artículo 3, fracción X de la LFCE.
[18] Artículo 3, fracción XI de la LFCE.

este podrán tener acceso al mismo, excepto a aquella información clasificada como confidencial.[19]

El solicitante tiene derecho a que la información que aporte sea clasificada como confidencial,[20] cuando cumpla los siguientes requisitos:

a) Lo solicite expresamente y señale de forma precisa la información que considere debe ser clasificada con carácter confidencial;

b) Acredite que la información que solicita clasificar tiene carácter de confidencial; esto es, deberá demostrar que se actualiza alguno de los siguientes supuestos:[21] i) que de divulgarse puede causarle un daño o perjuicio a su posición competitiva; ii) contiene datos personales cuya difusión requiere su consentimiento; iii) puede poner en riesgo su seguridad, o iv) que una disposición legal prohíbe su divulgación, y

c) Presente un resumen de la información señalada como confidencial, a satisfacción del Instituto, para que sea glosado al expediente correspondiente. Para efectos de lo anterior, podrá presentar una descripción de la información que solicite sea clasificada como confidencial en la que se identifiquen los elementos esenciales y relevantes de su contenido, omitiendo o sustituyendo los datos que considere confidenciales por actualizar alguno de los supuestos descritos en el inciso anterior.

En caso de que el solicitante acredite el carácter confidencial de la información y exprese las razones por las que no pudo realizar el resumen a que se refiere el inciso c) anterior, la Autoridad Investigadora podrá hacer el resumen correspondiente.

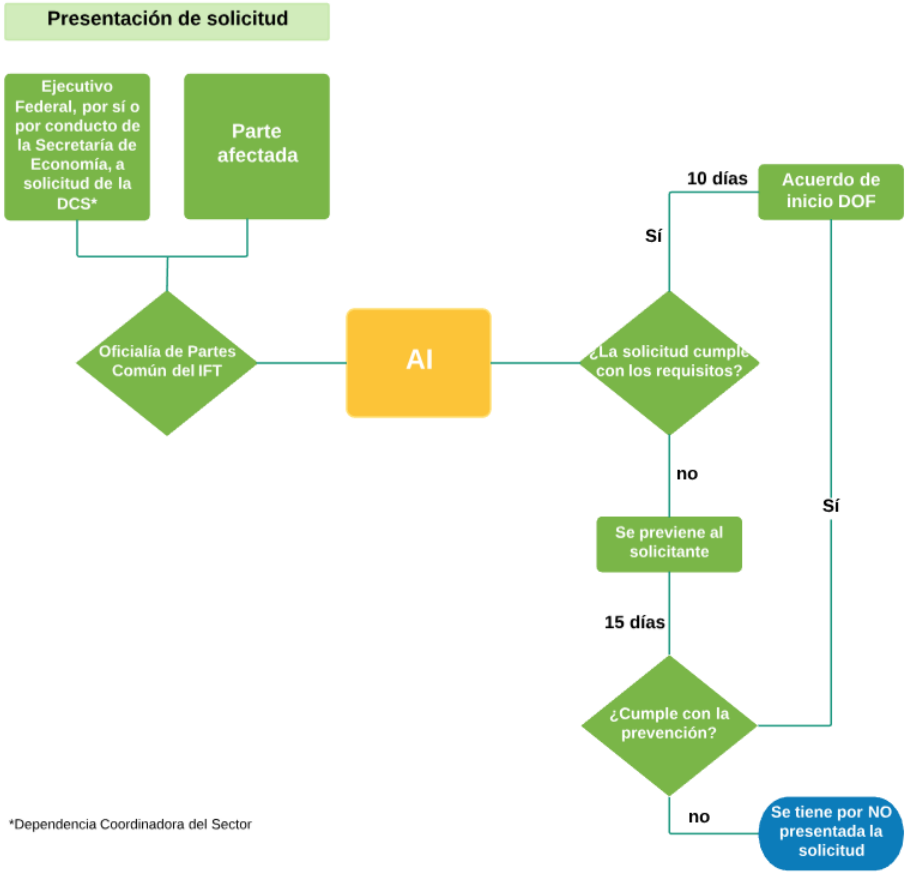
En caso de que el solicitante no pida clasificar su información con el carácter de confidencial, la Autoridad Investigadora lo prevendrá para que señale si parte de la información aportada tiene tal carácter y lo acredite.

Si el solicitante no desahoga la prevención o si al desahogarla no señala qué parte de la información aportada en su escrito tiene el carácter de confidencial o no lo acredita, la Autoridad Investigadora clasificará conforme a derecho aquella que advierta que tiene tal carácter.

Proyecto

[19] Artículo 124, segundo párrafo, de la LFCE.
[20] De conformidad con los artículos 3, fracción IX, 76 y 125 de la LFCE.
[21] En términos del artículo 3, fracción IX de la LFCE.

# ANEXO ÚNICO


Presentación de solicitud
Ejecutivo Federal, por sí o por conducto de la Secretaría de Economía, a solicitud de la DCS*
Parte afectada
Oficialía de Partes Común del IFT
AI
¿La solicitud cumple con los requisitos?
10 días
Acuerdo de inicio DOF
Sí
no
Se previene al solicitante
15 días
¿Cumple con la prevención?
Sí
no
Se tiene por NO presentada la solicitud
*Dependencia Coordinadora del Sector