INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

VERSIÓN PÚBLICA DEL VOTO DISIDENTE DE LA COMISIONADA ADRIANA SOFÍA LABARDINI INZUNZA CORRESPONDIENTE AL ACUERDO P/IFT/EXT/021115/156

DE LA SESIÓN DEL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES EN SU XLI SESIÓN EXTRAORDINARIA DEL 2015, CELEBRADA EL 2 DE NOVIEMBRE DE 2015.

LEYENDA DE LA CLASIFICACIÓN

**Fecha de Clasificación:** 2 de noviembre de 2015. **Unidad Administrativa:** Secretaría Técnica del Pleno. Confidencial: Si, por contener información Confidencial; por lo anterior, se elaboró versión pública del voto de la Comisionada Adriana Sofía Labardini Inzunza correspondiente al Acuerdo P/IFT/EXT/021115/156, de conformidad con los artículos 106, 107 y 111 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública ("LGTAIP").

| Núm. de Resolución | Descripción del asunto | Fundamento legal | Motivación | Secciones Confidenciales |
|---|---|---|---|---|
| P/IFT/EXT/021115/156 | Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones resuelve sobre condiciones de mercado, en el procedimiento especial tramitado con el número de expediente AI/DC-002-2014. | Confidencial, con fundamento en los artículos 3, fracción IX, 124 y 125 de la Ley Federal de Competencia Económica; el artículo 116 y Primero Transitorio de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; así como el Lineamiento Trigésimo Sexto, fracción II de los Lineamientos Generales para la Clasificación y Desclasificación de la Información de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal. | Contiene información que fue entregada con carácter confidencial por los particulares, e información que de divulgarse puede causar daño o perjuicio en la posición competitiva de quien la proporcionó. | Páginas 6, 9 y 10. |

**Firma y Cargo del Servidor Público que clasifica:** Lic. Yaratzet Funes López, Prosecretaria Técnica del Pleno----------

----------Fin de la leyenda.

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Instituto Federal de Telecomunicaciones
559.
RECIBIDO
18 MAR. 2016
AREA STP
NOMBRE Y HORA Iván 11:08

**OFICINA COMISIONADA**
**IFT/100/PLENO/OC-ASLI/017/2016**

México, D.F., a 16 de marzo de 2016

**LIC. JUAN JOSÉ CRISPÍN BORBOLLA**
**SECRETARIO TÉCNICO DEL PLENO**
**Presente**

Por este medio envío a usted, para los efectos conducentes, el engrose del voto particular disidente que formulé oralmente durante la XLI Sesión Extraordinaria del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, celebrada el 2 de noviembre de 2015, respecto a la "RESOLUCIÓN MEDIANTE LA CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES RESUELVE SOBRE CONDICIONES DE MERCADO, EN EL PROCEDIMIENTO ESPECIAL TRAMITADO CON EL NÚMERO DE EXPEDIENTE AI/DC-002-2014". Esta Resolución fue aprobada por el Pleno, mediante Acuerdo P/IFT/EXT/021115/156. Asimismo, le envío la versión pública de este voto para los efectos conducentes.

**Atentamente,**

**ADRIANA SOFÍA LABARDINI INZUNZA**
**COMISIONADA DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES**

**VERSIÓN PÚBLICA**

**LOS TEXTOS QUE APARECEN MARCADOS EN NEGRO (TESTADOS) EN ESTE VOTO CORRESPONDEN A INFORMACIÓN CONFIDENCIAL (VER REFERENCIAS AL FINAL).**

**VOTO PARTICULAR DISIDENTE QUE FORMULA LA COMISIONADA ADRIANA SOFÍA LABARDINI INZUNZA RESPECTO DEL ACUERDO P/IFT/EXT/021115/156, DENOMINADO RESOLUCIÓN MEDIANTE LA CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES RESUELVE SOBRE CONDICIONES DE MERCADO, EN EL PROCEDIMIENTO ESPECIAL TRAMITADO CON EL NÚMERO DE EXPEDIENTE AI/DC-002-2014**

El 2 de noviembre de 2015, en la XLI Sesión Extraordinaria del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, se sometió a discusión y votación del Pleno, como único asunto bajo el numeral III.1 del Orden del Día, el proyecto de "Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones resuelve sobre condiciones de mercado, en el procedimiento especial tramitado con el número de expediente AI/DC-002-2014", aprobado mediante Acuerdo P/IFT/EXT/021115/156 con cinco votos a favor, (en adelante, "el Proyecto" o "el Acuerdo").

En particular, la investigación de las condiciones de mercado se inició a raíz de la resolución referente al aviso de concentración que se llevó a cabo el día 13 de agosto de 2014, mediante la que Grupo Televisa, S.A.B. de C.V. (GTV), a través de sus subsidiarias Arretis, S.A.P.I. de C.V. (Arretis) y San Ángel Telecom, S.A. de C.V. (San Ángel), adquirió indirectamente el 100% de las acciones representativas del capital social de Grupo Cable TV, S.A. de C.V. (Cablecom) y de sus subsidiarias.

El referido aviso de concentración se realizó en términos 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 (Decreto). A su vez, el párrafo quinto del referido Artículo Noveno Transitorio del Decreto establece el procedimiento de investigación de dichas concentraciones para determinar la probable existencia de agentes con poder sustancial, y en su caso, la imposición de medidas necesarias para proteger y fomentar la libre competencia y concurrencia del mercado materia de la concentración.

El Proyecto fue aprobado por cinco votos a favor y dos en contra. La suscrita, Adriana Sofía Labardini Inzunza, votó en contra por las consideraciones y razonamientos vertidos en la propia sesión, mismos que se sistematizan y engrosan a través del presente voto particular.

La exposición del presente voto se divide en cuatro partes: i) consideraciones metodológicas generales, ii) información usada incorrectamente, iii) análisis de cambios en participaciones de mercado sin considerar adecuadamente el contexto, y iv) otros elementos de análisis.

## 1. CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS GENERALES

En términos generales, el Acuerdo carece de una debida motivación y de una metodología de análisis adecuada. Asimismo omite considerar hechos y datos relevantes respecto de la concentración que dio origen a la investigación de poder sustancial en este Expediente: la adquisición de las concesiones de la empresa Cablecom que operaba redes públicas de telecomunicaciones en 16 entidades federativas y 102 municipios. Específicamente, Cablecom era líder en 43 de ellos, de los cuales en 41 GTV era su principal competidor y en dos Dish era su único competidor.

Hay que hacer notar que el Acuerdo tiene dos antecedentes directos. En primer lugar, la resolución del aviso de concentración presentado conforme al Artículo Noveno Transitorio del Decreto, aprobada el 10 de diciembre de 2014, mediante acuerdo P/IFT/EXT/101214/273.[1] En segundo lugar, la investigación para determinar la existencia de un agente con poder sustancial en el mercado de video y audio asociados, de acuerdo a lo establecido en el citado Artículo Trigésimo Noveno Transitorio.[2] En esta última, mediante el acuerdo P/IFT/EXT/300915/114 del 30 de septiembre de 2015 (en adelante, el "Acuerdo 114"), se concluyó que no se encontraban elementos que permitieran acreditar que GTV tuviese poder sustancial en 2,124 mercados relevantes.

Si bien el Acuerdo en análisis y el Acuerdo 114 tratan sobre la determinación de poder sustancial de mercado en el servicio de televisión y audio restringido (STAR) por parte del mismo agente, difieren en el número de mercados relevantes estudiados. Como se indicó previamente, en el Acuerdo 114 se analizaron 2,124 mercados relevantes, mientras que el Acuerdo en cuestión versa sobre 102 municipios o mercados relevantes en los que aumentó sensiblemente su presencia GTV, debido a la concentración efectuada con Cablecom, que, según afirman las partes, se llevó a cabo el 13 de agosto de 2014, justamente la fecha en la que entró en vigor la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (en lo sucesivo, "la LFTR") y su Artículo Noveno Transitorio. Cabe señalar que 99 de los referidos 102 mercados relevantes analizados están contenidos en los 2,124 mercados relevantes estudiados en el Acuerdo 114.

---

[1] Expediente UCE/AVC-001-2014, relativa al Aviso de Concentración entre el Grupo de Interés Económico conformado por Grupo Televisa, S.A.B., sus filiales y subsidiarias y Grupo Cable TV, S.A. de C.V., sus filiales y subsidiarias, conforme al párrafo quinto del Artículo Noveno Transitorio de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

[2] Resolución que emite el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones en el procedimiento especial, tramitado con el número de expediente AI/DC-001-2014, del 30 de septiembre de 2015.

En esencia, el Acuerdo concluye que no se acredita la existencia de poder sustancial de mercado en los 102 mercados de STAR alegando algunas insuficiencias del Dictamen Preliminar que da origen a este proyecto.[3] En particular, se indica que:

- El Expediente no contiene un análisis para evaluar la dinámica competitiva que se genera entre plataformas que ofrecen uno o múltiples servicios de telecomunicaciones.
- Se identifican fallas metodológicas en la definición de la dimensión geográfica de los Mercados Relevantes.
- El análisis para definir el servicio relevante es incompleto, en particular, no se incluye información desagregada de las ofertas comerciales de diversos paquetes, ni cómo impacta la adquisición de contenidos en exclusiva a los competidores que permitan determinar cómo ocurre la dinámica competitiva que lleva al establecimiento de precios y ofertas comerciales.

Sin embargo, paradójicamente en el Acuerdo se omite analizar indicadores que son relevantes de acuerdo al artículo 59 de la Ley Federal de Competencia Económica (LFCE) para poder determinar si el agente investigado tiene la capacidad de fijar precios o limitar el abasto.

Asimismo, cabe hacer notar que en el Acuerdo se repiten y magnifican insuficiencias analíticas presentes en el Acuerdo 114. Por ejemplo, tal y como ocurrió con el Acuerdo 114, se encuentran los siguientes problemas en el presente Acuerdo:

a) Se usa **información incorrectamente.**
b) Las conclusiones se basan principal y desproporcionadamente en información sobre la **disminución de participación de mercado de GTV sin analizar adecuadamente el contexto**, pues se consideraron desproporcionadamente datos para un periodo muy corto y a nivel nacional, omitiendo por completo cifras antes y después de la concentración con Cablecom en los 102 mercados afectados.
c) Se obvian **otros elementos de análisis** como el Índice Herfindahl-Hirschmann (IHH) en dichos mercados, las utilidades antes de gastos de financiamiento, impuestos depreciaciones y amortizaciones (UAFIDA) de GTV vis a vis UAFIDAs de los competidores así como el análisis de evolución de precios.

En las siguientes secciones se desarrollan estos puntos.

[3] Dictamen Preliminar sobre la existencia de 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 en el Expediente AI/DC-002-2014. Los Datos Relevantes fueron publicados en el Diario Federal de la Federación el 28 de abril de 2015.

## 2. INFORMACIÓN USADA INCORRECTAMENTE

A manera de ejemplo, en la página 331 del Acuerdo, se indica que en el **periodo de septiembre de 2013 a junio de 2015** la participación agregada de las empresas que actualmente forman parte de GTV pasó de 64.1% a 61.5%. En el mismo sentido, se informa que en la plataforma de cable, GTV pasó de 54% a 50.92%, mientras que en la satelital pasó de 73% a 70.17%.

En opinión de la suscrita, es incorrecto usar el dato de participación agregada de GTV de 64.1% en septiembre de 2013, puesto que este porcentaje resulta de sumar las participaciones de GTV y Cablecom cuando todavía no eran parte del mismo grupo de interés económico (GIE), es decir, cuando actuaban como agentes independientes sin sujeción a mecanismos de coordinación. En este sentido se ha subestimado la capacidad que ha tenido GTV de incrementar su participación de mercado, ya sea mediante fusiones u otras prácticas de negocios. Así, en realidad en septiembre de 2013 GTV controlaba alrededor del 55.1% del mercado, no un 64.1%.

Afirmo lo anterior con base en información pública, puesta en el portal de Internet del IFT a propósito de la publicación del *Segundo Informe Trimestral Estadístico 2015*,[4] la participación de mercado en TV restringida, por parte de GTV sin contar a Cablecom ni a Cablevisión Red, que en ese entonces no estaban fusionados, es de **55.1%** en el primer trimestre de 2014.

Ciertamente, éste no es el dato utilizado en el Acuerdo 114, pero es el más próximo posible que se puede estimar de la información del *Segundo Informe Estadístico Trimestral 2015*. Es decir, para analizar la evolución de GTV como GIE no se debería partir del 64.1%, que considera a Cablecom y Cablevisión Red, sino de una cifra cercana al 55% que no considera a dichas empresas como parte de GTV. Así, en realidad tenemos que la participación de mercado de GTV aumentó entre 2013 y 2015, contrario a la disminución señalada en el Acuerdo.

## 3. ANÁLISIS DE CAMBIOS EN PARTICIPACIONES DE MERCADO SIN CONSIDERAR ADECUADAMENTE EL CONTEXTO

En opinión de la suscrita, el uso incorrecto de datos para el cálculo de las participaciones de mercado fue un factor que contribuyó a alcanzar una conclusión incorrecta. Independientemente de lo anterior, suponiendo que al usar correctamente las cifras disponibles se hubiera obtenido una disminución en las participaciones de mercado de GTV en el periodo mencionado, los resultados obtenidos tampoco serían útiles para llegar a la conclusión alcanzada. Ello se debe, como se desarrollará más adelante, a que se estimaron

[4] Informe y datos en: http://www.ift.org.mx/estadisticas/informe-estadistico-2do-trimestre-2015-0. Última información pública disponible al momento de la resolución del Pleno.

para un periodo de corto plazo que impidió observar y analizar la información en un contexto lo suficientemente amplio.

Es decir, estamos ante un doble problema metodológico: por un lado, los cálculos no reflejan el cambio en la realidad del agente en dos puntos en el tiempo y, por el otro, en virtud del corto periodo no hay posibilidad de analizar adecuadamente la evolución del agente en cuestión al no haber pesado otros indicadores.

En principio, el problema no es usar información reciente, posterior al periodo de investigación,[5] sino que ésta se emplee de manera aislada, de tal forma que propicie conclusiones erróneas con base en desarrollos de corto plazo y sin considerar comportamientos y cifras en un periodo más largo. Una reducción en participación de mercado poco significativa y en un lapso tan corto no es un determinante ni prueba de la falta de poder sustancial. Las condiciones de mercado no cambian instantáneamente, ni en unos cuantos meses, sino que depende de la evolución de largo plazo.

Además, la participación de mercado no es por sí misma lo que determina si un agente tiene o no la capacidad de fijar precios no contestables por los competidores. Sin duda, puede ser un indicio, pero no cuando "baja" 2.6 puntos porcentuales.

Para poder hacer un análisis adecuado de las participaciones de mercado, hay que tener en cuenta el contexto en el que han cambiado. En particular, de acuerdo con la información que obra en el Expediente, de 2009 a 2014 el tamaño del STAR prácticamente se duplicó, pues pasó de 7.9 millones a 15.8 millones de suscriptores. Incluso, de acuerdo a lo que se indica en el *Segundo Informe Estadístico Trimestral 2015* del IFT, la televisión restringida alcanzó 16.98 millones suscriptores. Sin embargo, este crecimiento no ha sido el mismo para todos.

Por ejemplo, de acuerdo con el Expediente,[6] GTV aumentó su participación de mercado de 44.2% en 2009 a 60.4% en agosto de 2014, luego de haber adquirido a Cablecom o sea 16 puntos porcentuales. Por su parte, en el mismo periodo, Dish sólo aumentó su participación de mercado de 14.1% a 15.2%, es decir, 1 punto porcentual, mientras que Megacable cayó, en este periodo, de 20.4% a 14.5% (ver Cuadro 1). Así, en opinión de la suscrita, nos encontramos en una situación en la que GTV ha logrado incrementar su participación de mercado muy por encima de sus competidores.

[5] En específico, el periodo de investigación comenzó el diecinueve de diciembre de dos mil catorce y feneció el nueve de marzo de dos mil quince, abarcando así un lapso de 81 días naturales.
[6] De acuerdo al numeral Décimo Primero de los antecedentes del Dictamen Preliminar, una copia certificada de la versión electrónica del expediente DC-001-2014 fue integrada al Expediente.

**Cuadro 1. Participaciones de mercado en el servicio de audio y televisión restringida, por GIE, 2009-2014**

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | Ago 2014/p | Variación absoluta | Variación porcentual |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| GTV | 44.17% | 47.21% | 50.11% | 53.40% | 55.62% | 60.37% | 16.2 p.p. | 36.68% |
| Megacable Holdings | 20.35% | 17.32% | 16.61% | 15.92% | 14.68% | 14.53% | (-) 5.82 p.p. | (-) 28.60% |
| Dish | 14.07% | 18.37% | 17.76% | 16.26% | 14.77% | 15.23% | (-) 1.16 p.p. | 8.24% |
| Cablecom * | 7.86% | 6.49% | 5.72% | 4.99% | 5.12% | n.a. | n.a. | n.a |
| Otros | 13.55% | 10.61% | 9.80% | 9.43% | 9.81% | 9.87% | (-) 3.68 p.p. | (-) 27.16% |

**Fuente:** Elaboración propia con base en el Dictamen Preliminar del Expediente AI/DC-001-2014.
* En el caso de Cablecom, para el periodo de 2009-2013, se registró su participación de mercado de manera separada a GTV, porque durante ese periodo no formaba parte de este GIE (adquirida por GTV en agosto de 2014).
n.a. No aplica.
p.p. Puntos porcentuales.

Otro problema identificado en el acuerdo, es obviar un análisis específico de los 102 mercados relevantes en los que tuvo efecto la concentración entre GTV y Cablecom.

En el agregado de los 102 mercados relevantes en los que participaba Cablecom, GTV –en virtud de la operación– incrementó su participación de [1] a [2]. Cabe notar que antes de la operación, en dichos municipios Cablecom tenía el [3] del mercado, Dish el [4] y Megacable el [5]

En el Cuadro 2 se muestra la presencia de los diferentes operadores por número de mercados relevantes. Se observa que Cablecom ofrecía el STAR como operador principal en 43 mercados. Con la concentración GTV logró que en 63 de los 102 municipios exista únicamente un solo rival: Dish. Asimismo, Megacable solamente participa en seis mercados, de lo que se observa que este agente es poco significativo cuantitativamente, sin embargo, en las conclusiones del Proyecto su presencia se magnifica.

De acuerdo con la información contenida en el Expediente, GTV pasó de ser el líder en participaciones de mercado en 52 localidades, antes de la concentración, a serlo en 99 de ellas después de la operación. Con la adquisición de Cablecom, el agente que era el líder en 43 mercados se volvió parte de GTV, con lo que este agente fortaleció su posición como principal operador en el servicio de televisión restringida. Dish únicamente era el primer operador en uno de los 102 mercados y, después de la concentración, en ninguno (ver Cuadro 2).

**Cuadro 2. Agentes económicos por posición en los mercados relevantes de los principales operadores, antes y después de la concentración**

| | Primer operador antes de la operación | Primer operador después de la operación |
|---|---|---|
| GTV | 52 | 99 |
| Cablecom | 43 | |
| Dish | 1 | 0 |
| Megacable | 4 | 2 |
| Otros | 2 | 1 |

**Fuente:** Elaboración propia con base en el Dictamen Preliminar.

En conclusión, la suscrita considera que: a) al considerar información en un periodo que permite observar tendencias de largo plazo se concluye que GTV ha incrementado sus participaciones de mercado a nivel nacional; y b) al examinar con mayor detalle información de los 102 mercados relevantes afectados por la operación, se muestra que GTV logró consolidar su liderazgo y, por tanto, su capacidad de fijar precios.

## 4. OTROS ELEMENTOS DE ANÁLISIS

En opinión de la suscrita, el IHH es un importante indicador que adminiculado con las participaciones de mercado de cada agente, los márgenes de utilidad y los precios, revelan datos significativos sobre la capacidad de fijar precios por parte de un agente.

En el Cuadro 3 se observa que, previo a la operación, únicamente en 2 mercados el IHH era superior a 7,500. Posterior a la misma, el IHH supera los 7,500 puntos en 57 mercados relevantes. Ello implica que se está fomentando una estructura altamente concentrada, con pocos competidores, lo que dificulta la aparición de condiciones que den lugar a una competencia efectiva. Debe notarse que la fusión permitió a GTV adquirir al segundo operador en importancia en los mercados analizados, y así eliminar su principal presión competitiva.

Por supuesto, la simple presencia de aumentos en indicadores de concentración de mercado no debe tomarse como concluyente, sino que existen algunos elementos adicionales de análisis, si se quiere cualitativos, que ayudan a alcanzar conclusiones. Uno de ellos es que, en general, no debe autorizarse la fusión de un agente "X" con su principal presión competitiva "Y". En todo caso, una autoridad puede permitirse hacerlo con un competidor menor, pero no con el principal competidor.[7] En este caso concreto, se

[7] Véase por ejemplo, Massimo Motta (2004), *Competition Policy: Theory and Practice*, Cambridge University Press. Debido a que en general la concentraciones incrementan en algún grado el poder de mercado, lo que puede llevar a incrementos en precios, aquéllas que no generan ganancias en eficiencia terminan lesionando a los consumidores y a la sociedad, vía disminución del excedente del consumidor y del excedente total. Una posible excepción ocurre cuando empresas pequeñas se concentran (pág. 234).

encuentra que previo a la operación, de las 43 localidades en donde Cablecom era el líder, GTV participaba en 41 mercados y era el principal competidor en 38; por su parte, en las 52 localidades en las que GTV era el líder, Cablecom era el principal competidor en 37. Es decir, en un total de 75 mercados relevantes GTV y Cablecom eran los competidores más cercanos entre sí.

**Cuadro 3. Niveles de IHH antes y después de la concentración, por número de localidades**

| Rango IHH | Cantidad de mercados relevantes | |
|---|---|---|
| | Antes | Después |
| Entre 2,000 y 2,500 | 1 | 0 |
| Entre 2,501 y 5,000 | 70 | 13 |
| Entre 5,001 y 7,500 | 29 | 32 |
| Mayor a 7,500 | 2 | 57 |

**Fuente:** Basado en el Dictamen Preliminar.

No hay que dejar de mencionar que en el Acuerdo se afirma que existen fallas metodológicas en la definición de la dimensión geográfica de los mercados relevantes, pues el agente económico al que la Autoridad Investigadora identificó preliminarmente con poder sustancial no limita su participación a esos 102 municipios donde la operación tuvo efectos. En consecuencia, en el Acuerdo se señala que el Expediente carece de los elementos suficientes para determinar cuál es la dimensión geográfica adecuada de los mercados relevantes.

En este sentido, la suscrita hace notar que no importando que se tengan 102 mercados relevantes o un mercado relevante, desde el principio no se ha efectuado un análisis de los efectos positivos y negativos de la concentración. Hay que recordar que en la resolución del aviso de concentración entre GTV y Cablecom, tanto los promoventes por sí mismos como en el Pleno en el acuerdo P/IFT/EXT/101214/273 no identificaron efectos positivos y ganancias en eficiencia que podrían obtenerse en el STAR derivado de la operación. En todo caso, el análisis se quedó en una simple lista de beneficios **potenciales**, resultantes de **posibles** ganancias en eficiencia en los servicios de telefonía y banda ancha, pero no en el STAR.

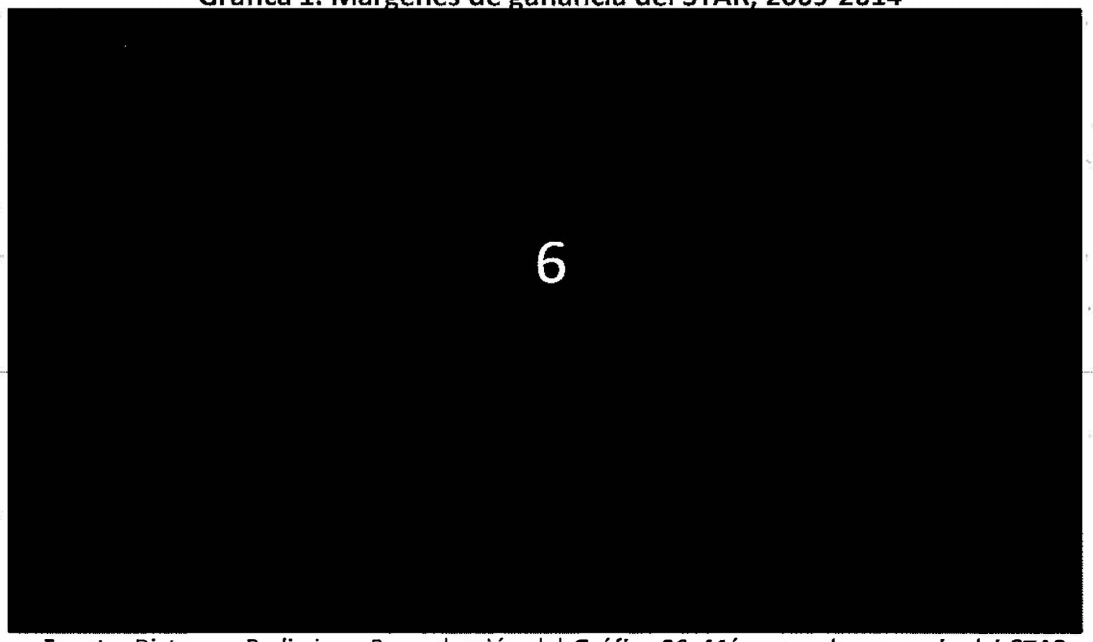
Además, tampoco se verificó debidamente que: a) los beneficios son inherentes a la concentración, b) es plausible que se actualicen, y c) que éstos serían lo suficientemente significativos para compensar los efectos negativos también atribuibles a la operación.

En este caso, no puedo dejar de hacer notar que se llegó a uno de los peores escenarios en materia de control de concentraciones: aprobar una operación en ausencia de ganancias en eficiencia debidamente acreditadas, sino basadas en la simple afirmación de GTV de que tiene intenciones de efectuar inversiones para poder ofrecer un robusto triple play.

El Acuerdo tampoco analiza márgenes y precios con la misma vocación con la que se abocó a tomar cifras recientes de participaciones de mercado. Hay que notar que es factible buscar y analizar la evolución de UAFIDAS tanto de GTV como de sus competidores y su comparación contra tasas de crecimiento, dado que son hechos notorios para el IFT.

Relativo a lo anterior, de acuerdo a la información que obra en el Expediente, los márgenes de ganancia de SKY son muy elevados y, además, crecientes con respecto a los estándares de la industria. Por ejemplo, en 2014 el UAFIDA de una de las empresas de GTV representaba más de 15 veces el de uno de sus competidores. Incluso, como se observa en la Gráfica 1, Cablecom tenía márgenes de ganancias superiores a un competidor, lo que da cuenta de que con la fusión GTV aumentaría aún más sus márgenes de ganancia y reforzaría su poder de mercado, ya que adquiere a un operador con mayor rentabilidad que sus rivales y que era el operador líder en 43 de esos 102 mercados.

**Gráfica 1. Márgenes de ganancia del STAR, 2009-2014**




**Fuente:** Dictamen Preliminar. Reproducción del ***Gráfico 26. Márgenes de ganancia del STAR. 2009-2014***.

*Para SKY, el margen UAFIDA se calculó a partir de la información de facturación y UAFIDA del STAR aportada por este Agente Económico en el Expediente AI/DC-001-2014.

**La información para el año 2014, corresponde al cierre del mes de Noviembre para el caso de Dish, y al cierre del mes de Septiembre para el caso de SKY.

En el Cuadro 4 se presentan, de 2009 a 2014, las participaciones de mercado y los UAFIDAs de Dish. Se muestra que este agente ha incrementado magramente tanto su participación como su margen de utilidad. Incluso, desde una perspectiva de largo plazo, podría ser el caso que los incrementos de los márgenes de utilidad de Dish implicaron una pérdida de participaciones de mercado. De 2009 a 2014, Dish aumentó sus UAFIDAS de 7 a 8,

pero en el mismo periodo pareciera que debió asumir una disminución en su participación de mercado, pues paso de 18.4% (su máximo histórico) a 14.8%.

**Cuadro 4. UAFIDAS y participaciones de mercado de Dish a nivel nacional, 2009-2014**

| | UAFIDA (a) | Participaciones de mercado (b) |
|---|---|---|
| 2009 | 9 | 14.1% |
| 2010 | | 18.4% |
| 2011 | | 17.8% |
| 2012 | | 16.3% |
| 2013 | | 14.8% |
| 2014 | | 15.2% (Agosto) |

**Fuente:** Elaboración propia con base en (a) Dictamen Preliminar y (b) *Dictamen Preliminar sobre la Existencia de Poder Sustancial en el Mercado Relevante de Provisión del Servicio de Televisión y Audio Restringidos, radicado en el Expediente AI/DC-001-2014.*

En cuanto al ingreso promedio por usuario (ARPU) del STAR, en 2014 Cablecom y SKY tenían ARPUs que 10 a los de Dish (ver Gráfica 2).

**Gráfica 2. Ingreso promedio por usuario del STAR, 2010-2014**

11

**Fuente:** Dictamen Preliminar. Reproducción del ***Gráfico 27. Ingreso promedio por usuario del STAR, 2010-2014.***

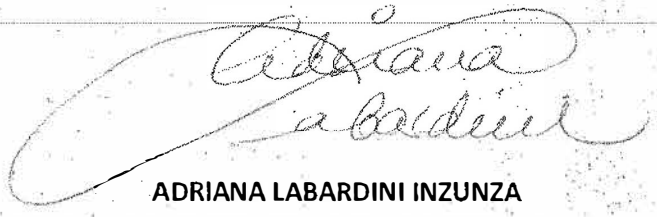
**Nota:** En el caso de SKY y Dish, el ingreso promedio por usuario se calculó como la división de la facturación total del STAR entre los suscriptores totales del STAR, para las 16 entidades federativas (Campeche, Coahuila de Zaragoza, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, México, Michoacán de Ocampo, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz de Ignacio de la Llave y Zacatecas) a las que pertenecen los 102 municipios donde opera Cablecom. En el caso de Cablecom, se utilizó la facturación y los suscriptores del STAR de los 102 municipios donde opera.

Otro elemento que también debe tenerse en cuenta es el relativo a las características del agente sobre el que se realiza el análisis de poder sustancial. Al respecto, GTV está extraordinariamente integrado verticalmente, lo que da lugar a la típica situación de una empresa que tiene un poder enorme (incluso, a nivel supranacional) para proveer y adquirir derechos en exclusiva de contenidos. Esta característica genera incentivos para desplazar a los competidores, por ejemplo, mediante la negativa a proveer sus contenidos, demorar una posible transacción o a tener un poder de negociación inigualable para obtener licencias de contenidos de terceros en exclusiva. Lo anterior no fue debidamente abordado en las conclusiones del Acuerdo.

Por último, no quiero omitir el señalar que éste es un asunto y expediente que debió resolverse con las herramientas de competencia económica con que cuenta con el IFT y no dejarse a la deriva de una decisión o decisiones regulatorias futuras sobre la posibilidad de autorizar al Agente económico preponderante en telecomunicaciones a participar en el mercado del STAR, cuyo desenlace al día de hoy no conocemos.

Por todo lo anteriormente expuesto en el presente voto particular, disiento de los términos y el sentido en que se presentó el Acuerdo para su votación.

**MÉXICO, DISTRITO FEDERAL**



**ADRIANA LABARDINI INZUNZA**
**COMISIONADA DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES**

**REFERENCIAS DE PALABRAS, PÁRRAFOS Y RENGLONES TESTADOS EN LA VERSIÓN PÚBLICA DE ESTE VOTO**

Las palabras, números, tablas y referencias que se citan a continuación se testa como información confidencial con fundamento en los artículos 116 y Primero Transitorio de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 3, fracción IX, 124 y 125 de la Ley Federal de Competencia Económica; así como el lineamiento Trigésimo Sexto, fracción II, de los Lineamientos Generales para la Clasificación y Desclasificación de la Información de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal. Esto por contener información que fue entregada con carácter confidencial por los particulares, e información que de divulgarse puede causarse un daño o perjuicio en la posición competitiva de quien la proporcionó.

**Referencia 1.** Se elimina un número.

**Referencia 2.** Se elimina un número.

**Referencia 3.** Se elimina un número.

**Referencia 4.** Se elimina un número.

**Referencia 5.** Se elimina un número.

**Referencia 6.** Se elimina un gráfico.

**Referencia 7.** Se elimina un número.

**Referencia 8.** Se elimina un número.

**Referencia 9.** Se elimina el contenido parcial de una tabla.

**Referencia 10.** Se eliminan dos palabras.

**Referencia 11.** Se elimina una gráfica.