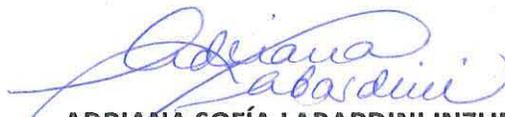


**OFICINA COMISIONADA  
IFT/100/PLENO/OC-ASLI/005/2017**

Ciudad de México, a 24 de enero de 2017.

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

Por este medio envío a usted, para los efectos conducentes, el engrose del voto concurrente que formulé oralmente durante la VI Sesión Ordinaria del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, celebrada el 29 de febrero de 2016, respecto a la "Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones resuelve sobre las condiciones de mercado, en el procedimiento especial tramitado con el número de expediente AI/DC-002-2015". Esta Resolución fue aprobada por el Pleno, mediante Acuerdo P/IFT/290216/71. 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 QUE FORMULA LA COMISIONADA ADRIANA SOFÍA LABARDINI INZUNZA  
RESPECTO DEL ACUERDO P/IFT/290216/71, 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-002-2015**

El 29 de febrero de 2016, en la VI Sesión Ordinaria del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, se sometió a discusión y votación como asunto con el numeral III.10 del Orden del Día, el proyecto de “Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones resuelve sobre las condiciones de mercado, en el procedimiento especial tramitado con el número de expediente AI/DC-002-2015”, aprobado mediante Acuerdo P/IFT/290216/71 con cinco votos a favor (en adelante, el “Acuerdo 71”).

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 8 de enero de 2015, mediante la cual Grupo Televisa, S.A.B. (en adelante, “GTV”), Corporativo Vasco de Quiroga, S.A. de C.V., Promo-Industrias Metropolitanas, S.A. de C.V., y Villacezan, S.A. de C.V., adquirieron el 100% de las acciones representativas del capital social de Inmobiliaria Hevi, S.A. de C.V., así como de cuatro empresas subsidiarias (en adelante, “Telecable”).

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 (en adelante, el “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 Acuerdo 71 se aprobó 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 en el 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 71 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 las empresas que operaban bajo la marca “Telecable” operan redes públicas de telecomunicaciones en 65 localidades. Específicamente, Telecable era líder en 24 de dichas localidades, GTV lo era en 37 y otros competidores lideraban las cuatro restantes.

El Acuerdo 71 tiene varios antecedentes. En orden cronológico, en primer lugar, la resolución del aviso de concentración presentado conforme al Artículo Noveno Transitorio del Decreto, aprobada por el Pleno el 10 de diciembre de 2014, mediante acuerdo P/IFT/EXT/101214/273 (en adelante, “Acuerdo 273”).<sup>1</sup> En esa ocasión, la que suscribe no acompañó a la mayoría de cinco votos en la conclusión de que la concentración entre GTV y Cablecom cumplía con los requisitos establecidos en el Artículo Noveno Transitorio.

En segundo lugar, el procedimiento de investigación en términos de la LFCE, a fin de determinar la existencia de agentes económicos con poder sustancial en cualquiera de los mercados relevantes de los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, entre los que debía incluirse el mercado nacional de audio y video asociado a través de redes públicas de telecomunicaciones; conforme a lo establecido en el Artículo Trigésimo Noveno Transitorio.<sup>2</sup> Relativo a esa investigación, mediante el acuerdo P/IFT/EXT/300915/114 del 30 de septiembre de 2015 (en adelante, el “Acuerdo 114”), el Pleno concluyó que para efectos de dicho procedimiento no se tenían elementos de convicción para determinar la existencia de un Agente Económico con poder

---

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> 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.

sustancial en los mercados analizados en el expediente con número AI/DC-001-2014. Concretamente, no se determinó que GTV tuviese poder sustancial en 2,124 mercados relevantes del servicio de televisión y audio restringidos (en lo sucesivo "STAR"). Dicha conclusión fue alcanzada por el Pleno con una mayoría de cinco votos, misma que la suscrita no acompañó.

En tercer lugar, la resolución del acuerdo P/IFT/EXT/021115/156 del 2 de noviembre de 2015 (en adelante, el "Acuerdo 156") por el que se resolvió sobre las condiciones de mercado sobre la concentración entre GTV y Cablecom que fue materia del Acuerdo 273, y tramitado con el número de expediente AI/DC-002-2014. En esa ocasión, en consistencia con los votos emitidos para el Acuerdo 273 y el Acuerdo 114, la suscrita votó en contra de la mayoría de cinco votos, en el sentido que no se tuvieron elementos de convicción para determinar la existencia de un Agente Económico con poder sustancial en los mercados analizados.

En este sentido, debe notarse que el análisis de la concentración de GTV y Telecable, discutida en este voto, es análogo al que se siguió para la concentración de GTV y Cablecom, materia del Acuerdo 273 y el Acuerdo 156. La principal diferencia de estos procedimientos, además de la evidente sobre la identidad del agente fusionado, es que para el caso de Cablecom se analizaron 102 mercados relevantes en los que la operación tuvo efectos, mientras que para Telecable la fusión comprende 65 mercados relevantes. Por otra parte, cabe señalar que 37 de los 65 mercados relevantes analizados en el Acuerdo 71 están incluidos a su vez en los 2,124 mercados relevantes estudiados en el expediente que fue resuelto mediante el Acuerdo 114.

En resumen, el Acuerdo 71 del que me aparté, concluye que no se acredita la existencia de poder sustancial de mercado en los 65 mercados del STAR en los que tuvo efecto la operación, debido a algunas insuficiencias del Dictamen Preliminar con el que concluyó la etapa de investigación.<sup>3</sup> En particular, el Acuerdo 71 señaló que:

- El Expediente no contiene un análisis para evaluar la dinámica competitiva que se genera al ofrecer servicios empaquetados 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 específico, no se incluye información desagregada de las ofertas comerciales de diversos paquetes, ni cómo impacta

---

<sup>3</sup> 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-002-2015. Los Datos Relevantes fueron publicados en el Diario Federal de la Federación el 9 de septiembre de 2015.

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, se considera que en el Acuerdo 71 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 o bien otras características propias de un agente con poder sustancial de mercado.

Asimismo, cabe hacer notar que en el Acuerdo 71 se repiten y magnifican insuficiencias analíticas presentes tanto en el Acuerdo 114 como en el Acuerdo 156. En particular:

- a) Se usa información incorrectamente.
- b) Las conclusiones se basan principal y desproporcionadamente en información consistente en una muy leve disminución de participación de mercado de GTV, como si ello fuera el factor que determina que una agente sea dominante, sin analizar adecuadamente otros elementos, pues se dio demasiado valor a datos de market share de un periodo muy corto y a nivel nacional, omitiendo por completo cifras antes y después de la concentración con Cablecom en los 65 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 en comparación a las de sus competidores, así como el análisis de evolución de precios.

En las siguientes secciones se desarrollan estos puntos.

## 2. INFORMACIÓN USADA INCORRECTAMENTE

En la página 356 del Acuerdo 71, se indica que en el **periodo de septiembre de 2013 a septiembre de 2015** la participación agregada de las empresas que **actualmente** forman parte de GTV pasó de 64.2% a 61.1%. También se informa que en la plataforma de cable, GTV pasó de 54.3% a 50.5%, mientras que en la satelital pasó de 73% a 69.7%.

Sin embargo, es incorrecto usar el dato de participación agregada de GTV de 64.2% en septiembre de 2013, puesto que este porcentaje resulta de sumar las participaciones de GTV y Telecable 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. Incluso,

dicho porcentaje también contempla a Cablecom, cuyo procedimiento de notificación fue analizado en el Acuerdo 156, que en septiembre de 2013 no formaba parte de GTV.

De acuerdo con el *Tercer Informe Trimestral Estadístico 2015*,<sup>4</sup> la participación de mercado en TV restringida de GTV, sin contar a Telecable ni a Cablecom, en el **primer trimestre de 2014** -que en ese entonces no estaban fusionados- fue de **55.1%**. Aunque éste no es el dato utilizado en el Acuerdo 71, sí es el más próximo con información pública disponible en el portal de Internet del IFT, lo que lleva a considerar que para analizar la evolución de GTV como GIE no se debería partir del 64.2%, que considera a Telecable y Cablecom, sino de una cifra cercana al 55% que no considera a dichas empresas como parte de GTV. Ello lleva a concluir razonablemente que la participación de mercado de GTV aumentó entre 2013 y 2015 de alrededor de 55% a aproximadamente 61%, contrario a la disminución señalada en el Acuerdo 71.

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

El cálculo inexacto de las participaciones de mercado no es el único factor que contribuyó para alcanzar una conclusión errónea, sino también que dicho indicador se usó para un periodo de tiempo muy corto, lo que impidió observar y analizar adecuadamente desarrollos de largo plazo. La conclusión alcanzada solo toma en cuenta una competencia estática más no dinámica. 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 principio, el problema no es usar información reciente, posterior al periodo de investigación,<sup>5</sup> sino que ésta se emplee de manera tan acotada, de tal forma que propicie conclusiones erróneas con base en desarrollos de corto plazo y sin considerar patrones de comportamiento 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.

---

<sup>4</sup> Informe y datos en: <http://cgpe.ift.org.mx/3ite15/>. Última información pública disponible al momento de la resolución del Pleno.

<sup>5</sup> El periodo de investigación finalizó el 18 de julio de 2015.

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,<sup>6</sup> de 2009 a 2014 el tamaño del STAR prácticamente se duplicó, pues pasó de 7.9 millones a 15.8 millones de suscriptores con el auge de la televisión restringida satelital. Incluso, conforme a lo que se indica en el *Tercer Informe Estadístico Trimestral 2015* del IFT, la televisión restringida alcanzó 17.4 millones suscriptores. Sin embargo, este crecimiento no ha sido el mismo para todos ni para todos ha sido análogo el estrechamiento de márgenes.

Por ejemplo, de acuerdo al Cuadro 1, GTV aumentó su participación de mercado de 44.17% en 2009 a 60.37% 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%. 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 y ha logrado incrementar sus utilidades.

Otro problema identificado en el Acuerdo 71 consiste en obviar un análisis específico de los mercados relevantes en los que tuvo efecto la concentración entre GTV y Telecable. En el agregado de las 65 localidades en las que Telecable tenía presencia, GTV –en virtud de la operación– incrementó su participación de **1**<sup>7</sup> a **2**. Cabe notar que antes de la operación, en dichos municipios Telecable tenía el **3** del mercado, Dish el **4** y Cable Tapa el **5**.

En cuanto al posicionamiento en los mercados relevantes, antes de la operación, Telecable ofrecía el STAR como operador principal en 24 mercados; mientras que GTV tenía presencia en 64 mercados relevantes, pero era el operador principal en únicamente 37 de ellos. Derivado de la fusión, como se observa en el Cuadro 2, GTV se convirtió en el operador principal **en 63 de los 65 mercados relevantes** (mismos que reúnen el 96.9% de los suscriptores), mientras que Dish nunca logra ser primer competidor y Cable Tapa lo es en dos mercados relevantes (ver Cuadro 2).<sup>8</sup> De esta manera, al ocurrir la concentración entre los dos principales participantes en los mercados, GTV elimina una fuente importante de competencia en los mercados relevantes. Después de la operación, de los 63 mercados relevantes donde GTV es líder, en 41 tendrá sólo un competidor (Dish) y en 19 tendrá entre dos y tres competidores.

<sup>6</sup> De acuerdo al numeral Décimo Segundo de los antecedentes del Dictamen Preliminar, una copia certificada de la versión electrónica del expediente DC-001-2014 fue integrada al Expediente.

<sup>7</sup> GTV estaba conformado por SKY, TVI y Cablecom.

<sup>8</sup> En cuanto a presencia territorial, aunado a la presencia de Dish en las 65 localidades, Cable Tapa y Axtel únicamente registran operaciones de STAR en cuatro localidades y Cable Sur solamente en tres.

**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
Telecable**	4.95%	4.24%	4.13%	3.98%	3.85%	3.84%	(-) 1.11 p.p.	(-) 22.42%
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 en ese entonces no formaba parte de este GIE (adquirida por GTV en agosto de 2014).

\*\* En el caso de Telecable, para el periodo de 2009-agosto de 2014, se registró su participación de mercado de manera separada a GTV, porque en ese entonces no formaba parte de este GIE (adquirida por GTV en enero de 2015).

n.a. No aplica.

p.p. Puntos porcentuales.

**Cuadro 2. Posicionamiento en los mercados relevantes después de la concentración. Diciembre de 2014**

Principales operadores	Primera posición	Segunda posición	Tercera posición
GTV	63	2	0
Dish	0	56	8
Cable Tapa	2	2	0
Otros	0	5	16

Fuente: Elaboración propia con base en el Dictamen Preliminar.

En conclusión, la suscrita considera que: a) utilizar información en un periodo que capta tendencias en un periodo más largo permite corroborar que GTV ha incrementado sus

participaciones de mercado a nivel nacional; y b) examinar con mayor detalle información de los 65 mercados relevantes afectados por la operación permite constatar que GTV logró consolidar su liderazgo y, por tanto, presuntivamente su poder sustancial de mercado.

Por supuesto, las participaciones de mercado no son por sí mismas un indicador que determine que un agente adquiriera o incrementa la capacidad de fijar precios sin que los competidores sean capaces de reaccionar. No cabe duda que puede ser un indicio, pero otra evidencia es necesaria.

#### 4. OTROS ELEMENTOS DE ANÁLISIS

El IHH es un importante indicador que administrado con participaciones de mercado, posicionamientos, márgenes de utilidad y 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 15 mercados el IHH era superior a 5,000 puntos e, incluso, en ninguno dicho indicador superaba los 7,500 puntos. Posterior a la misma, el IHH supera los 5,000 puntos en 59 mercados y en 36 se sobrepasan los 7,500 puntos. 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. Además, la fusión permitió a GTV adquirir al segundo operador en importancia en los mercados analizados, con lo que eliminó a su principal presión competitiva.

**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	49	6
Entre 5,001 y 7,500	15	23
Mayor a 7,500	0	36

Fuente: Basado en el Dictamen Preliminar.

Por supuesto, la simple presencia de aumentos en indicadores de concentración de mercado debe tomarse como un indicio, puesto 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". Una autoridad

puede permitirse hacerlo con un competidor menor, pero no con el principal competidor.<sup>9</sup> En este caso concreto, se encuentra que previo a la operación, de las 24 localidades en donde Telecable era el líder, GTV participaba y era el principal competidor en 24; por su parte, en las 37 localidades en las que GTV era el líder, Telecable participaba y era el principal competidor en 26. Es decir, en un total de 50 mercados relevantes GTV y Telecable eran los dos principales competidores.

Aunado a que la operación incrementa los índices de concentración y que GTV enfrenta pocas presiones competitivas por parte de los demás proveedores del servicio, hay que tomar en cuenta que dicho agente aumenta de 2 a 64 el número de mercados relevantes en los cuales puede proveer el servicio a través de dos plataformas tecnológicas e incrementa su oferta de paquetes para abarcar todos los segmentos de compra en los mercados relevantes. Además, es necesario precisar que en 36 de los 63 mercados en los que GTV ahora es líder ya había sido declarado como agente económico con poder sustancial en el Dictamen Preliminar emitido dentro del Expediente AI/DC-0014-2014, aunque la decisión final de una mayoría de comisionados fue por determinar que no tiene dicho poder.

No hay que dejar de mencionar que en el Acuerdo 71 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 65 municipios donde la operación tuvo efectos. En consecuencia, en el Acuerdo 71 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 con independencia de cómo se defina la dimensión geográfica, 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 Telecable, tanto los promoventes por sí mismos como el Pleno en el Acuerdo 71 no identificaron efectos positivos y ganancias en eficiencia que podrían obtenerse en el STAR derivado de la operación. Estos mismos vicios también estuvieron presentes en la concentración de GTV y Cablecom previamente resuelta (Acuerdo 156).

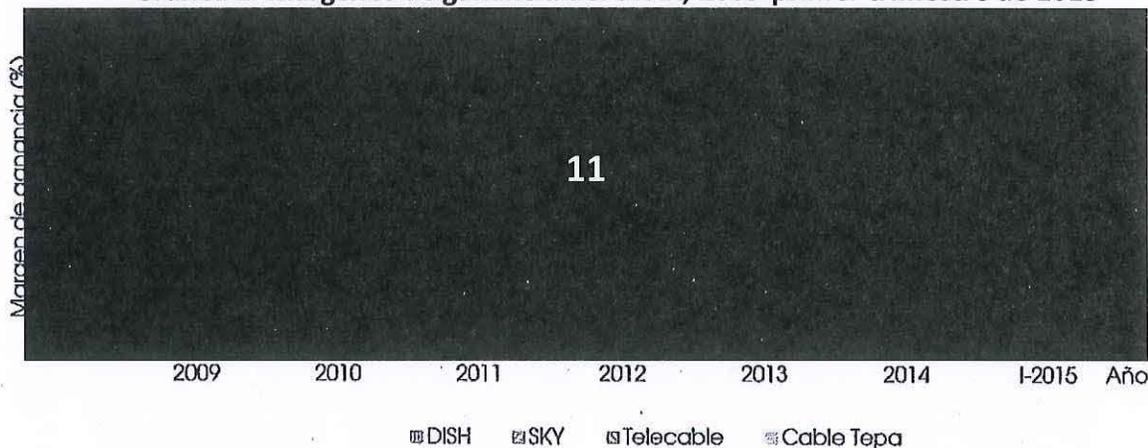
---

<sup>9</sup> 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).

En particular, un ejercicio de correcta atribución de efectos tiene que verificar debidamente lo siguiente: 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, 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.

El Acuerdo 71 tampoco analiza márgenes y precios con la misma vocación con la que tomó cifras pálidas de variaciones de participaciones de mercado. Con base en la información que obra en el Expediente, se puede concluir que los márgenes de ganancia de SKY <sup>6</sup> con respecto a los estándares de la industria. Por ejemplo, en 2014 el margen de ganancias de SKY representaba <sup>7</sup> el de Dish, empresa que en el primer trimestre de 2015 <sup>8</sup>. Incluso, como se observa en la Gráfica 1, Telecable tenía <sup>9</sup> SKY, lo que da cuenta de que con la fusión GTV consolidaría aún más sus márgenes de ganancia y reforzaría su poder de mercado, ya que adquiere a un operador <sup>10</sup> y que era el operador líder en 24 de esos 65 mercados.

Gráfica 1. Márgenes de ganancia del STAR, 2009-primer trimestre de 2015



Fuente: Dictamen Preliminar. Reproducción del **Gráfico 23. Márgenes de ganancia del STAR. 2009-primer trimestre de 2015.**

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 12 a 13, pero en el mismo periodo pareciera que debió asumir una disminución en su participación de mercado, pues pasó de 18.4% (su máximo histórico) a 14.8%.

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

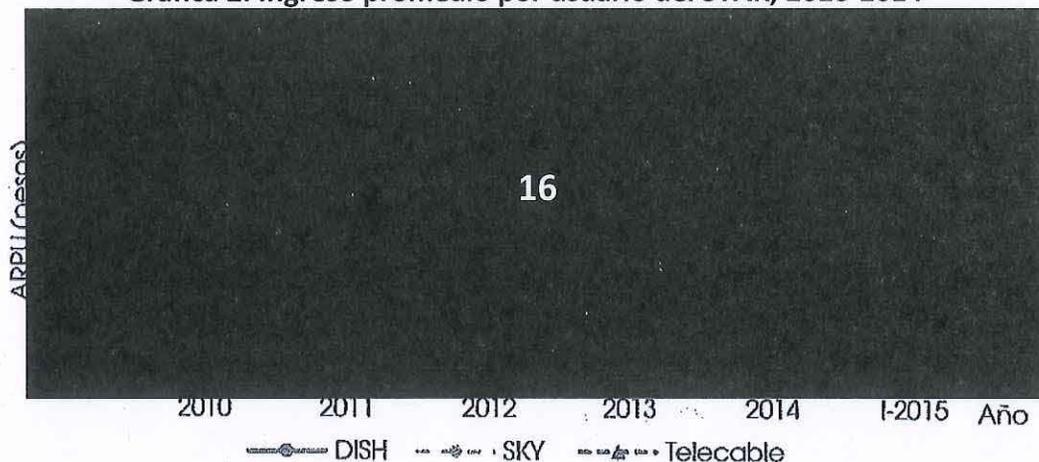
	UAFIDA (a)	Participaciones de mercado (b)
2009	14	14.1%
2010		18.4%
2011		17.8%
2012		16.3%
2013		14.8%
2014		15.2% (Agosto)

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 la Gráfica 2 se muestra el ingreso promedio por usuario (ARPU) del STAR. Se observa que al primer trimestre de 2015 los ARPUs de Telecable y SKY eran 15 que el de Dish.

[ESPACIO EN BLANCO]

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



**Fuente:** Dictamen Preliminar. Reproducción del *Gráfico 24. Ingreso promedio por usuario del STAR, 2010- primer trimestre de 2015.*

**Nota:** En el caso de SKY y Telecable, se utilizó el ARPU proporcionado por cada agente económico. Para Dish, puesto que se proporcionó un ARPU general y no del STAR, se calculó éste como la división de la facturación total promedio mensual del STAR entre los suscriptores totales del STAR.

En el Dictamen Preliminar se presentó un análisis de composición de ofertas comerciales y precios que no fue replicado, rebatido o discutido adecuadamente en el Acuerdo 71. Por ejemplo, en el caso de la composición de los paquetes, la Autoridad Investigadora indica correctamente que aunque Dish es el segundo competidor en importancia en los mercados relevantes y tiene una oferta que abarca varios segmentos de poder adquisitivo, al final de cuentas ésta es limitada tanto en el número de paquetes como de canales por paquetes con respecto a las que presentan las subsidiarias de GTV. Ello implica que GTV posee la capacidad de presentar ofertas que no pueden ser replicadas por sus competidores sea por precio o por contenidos ofertados. En concreto, el poder de negociación para acceder a contenidos de GTV, que sus competidores no tienen, radica en la amplia base de suscriptores la cual es muy atractiva para los proveedores de contenidos.<sup>10</sup>

Con la adquisición de Telecable, GTV incrementa su base de suscriptores y, por ende, su capacidad de negociar contenidos. Además, de manera inmediata amplía su oferta en el segmento de poder de compra bajo y medio-bajo, de tal manera que adquiere una mayor capacidad para diversificar

<sup>10</sup> Algunos contenidos exclusivos de GTV, en el caso de SKY, consisten en eventos como algunos partidos de la Liga BBVA MX (futbol mexicano), la Liga BBVA (futbol español) y la Barclay's Premier League (futbol inglés).

dentro de las preferencias de consumidores y ajustar su oferta comercial en términos de precios y números de canales.

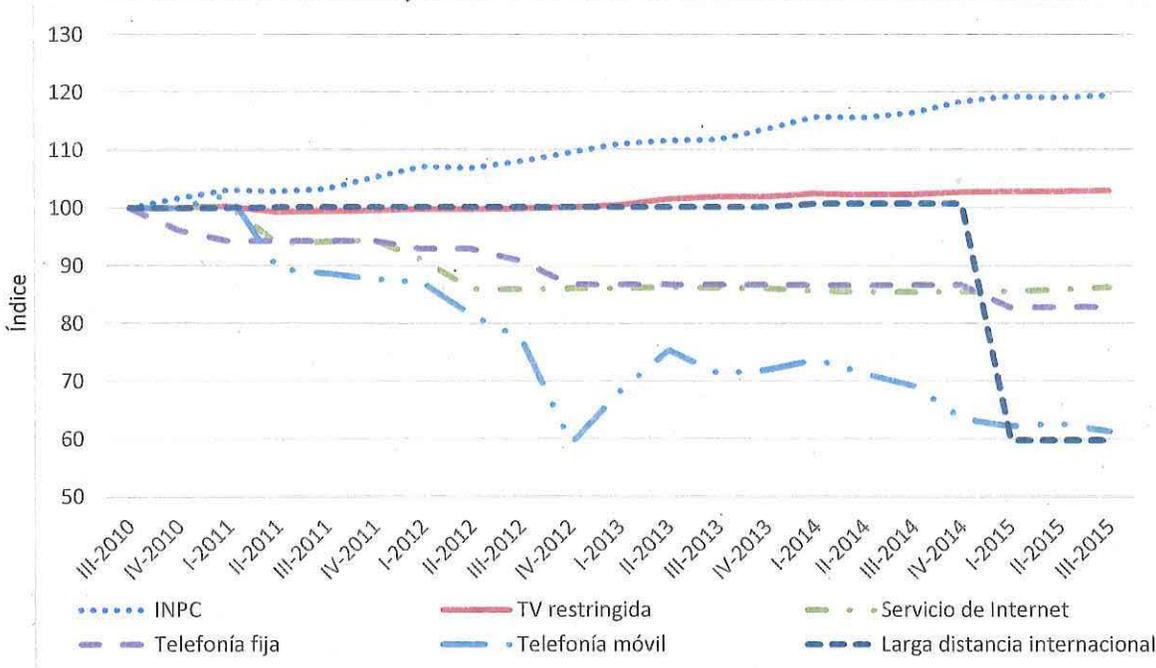
Respecto a la relación de precios y número de competidores, en el Expediente también se da cuenta que en los mercados donde GTV obtiene participaciones de mercado más altas después de la operación, también se observan niveles de precios por canal elevados por parte de Telecable. Incluso, se muestra que Telecable cobra, en promedio, \$0.3 (30 centavos de peso) más por canal en aquéllos municipios donde sólo enfrenta a un competidor con respecto a aquéllos en donde enfrenta a más de uno.

En la Gráfica 1 se presenta la evolución del Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC), además de los índices de precios de diversos servicios de telecomunicaciones, incluido la TV restringida. Se observa que, tomando como base el tercer trimestre de 2013, el índice de precios de la TV restringida se ha incrementado consistentemente, situación que no ha ocurrido con el resto de servicios de telecomunicaciones. Si bien el INPC ha incrementado más que el resto de índices, la Gráfica 1 pone de manifiesto que en cuanto a precios, en el STAR está ocurriendo una dinámica diferente al resto de los servicios del sector. Una explicación es que mientras en la mayoría de los mercados del sector telecomunicaciones se ha incrementado la competencia gracias a medidas regulatorias, en la TV restringida ha ocurrido un proceso de concentración y menor competencia.

Diversos actores han señalado que el incremento en el precio del STAR se ha debido a la depreciación del peso mexicano frente al dólar de Estados Unidos de América. A fin de valorar la afirmación anterior, en la Gráfica 2 se presenta la evolución de los índices de precios de TV restringida y de servicios de comunicaciones, así como un índice de tipo de cambio del peso mexicano frente al dólar, el cual se contruyó específicamente para este documento.

[ESPACIO EN BLANCO]

**Gráfica 1. Índice Nacional de Precios al Consumidor e índices de precios de diversos servicios de telecomunicaciones, tercer trimestre de 2010 a tercer trimestre de 2015**

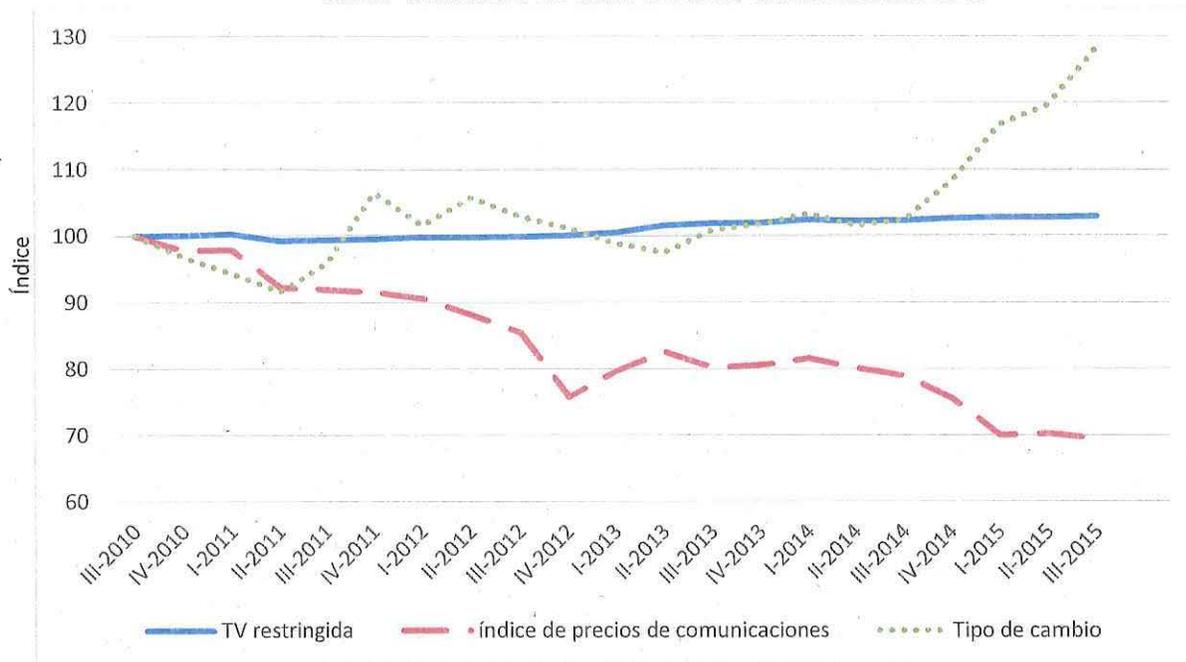


**Fuente:** Elaboración propia con base en IFT e INEGI.

**Nota:** Se cambió la base de los datos al tercer trimestre de 2010 para facilitar la comparación.

[ESPACIO EN BLANCO]

**Gráfica 2. Índice de precios de TV restringida, servicios de comunicaciones y tipo de cambio, tercer trimestre de 2010 a tercer trimestre de 2015**



**Fuente:** Elaboración propia con base en IFT e INEGI.

**Nota:** Se cambió la base de los datos al tercer trimestre de 2010 para facilitar la comparación. El Índice de Precios de Comunicaciones integra los índices de precios de servicios de telefonía móvil, telefonía fija, internet, larga distancia nacional, larga distancia internacional y aparatos de telefonía fija. El “tipo de cambio” es el tipo de cambio pesos por dólar de Estados Unidos de América, para solventar obligaciones denominadas en moneda extranjera, el cual se promedió trimestralmente y se convirtió a base del tercer trimestre de 2010.

La información de la referida Gráfica 2 proporciona indicios de que no se puede atribuir el incremento del índice de precios de TV restringida únicamente a la depreciación del tipo de cambio. En primer lugar, el precio del STAR ya mostraba aumentos previo a la depreciación, cuando el tipo de cambio estuvo estable entre 2012 y el tercer trimestre de 2014. En segundo lugar, a pesar de la importante depreciación a partir del cuarto trimestre de 2014, el índice de precios de servicios de comunicaciones ha mostrado consistentemente una disminución, misma que se ha profundizado desde esa fecha. Si bien un insumo muy importante en el STAR son los contenidos, algunos de los cuales se pagan en dólares, también es cierto que este servicio comparte con el resto de la telecomunicaciones una estructura de costos que incluyen insumos cotizados en dólares, lo que sugeriría que la evolución de ambos índices de precios no deberían divergir demasiado. Sin embargo, ocurre una divergencia e, incluso, pareciera que a mayor depreciación hay una mayor disminución de precios en los servicios de comunicaciones.

En resumen, el tipo de cambio no parece ser una variable que pueda explicar, por un lado, el incremento del precio del STAR y, por el otro, la divergencia de este precio con el resto de servicios del sector.

Aunado a lo anterior, la suscrita no deja de notar una tendencia a nivel global preocupante. De acuerdo con las estadísticas del IFT, los únicos precios de servicios de telecomunicaciones que no han disminuido desde la implementación de la reforma en telecomunicaciones, sino que por el contrario han aumentado continuamente, son precisamente los del STAR.

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 de mercado (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 71.

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 el IFT aplicando la LFCE y no dejar el futuro de las condiciones del mercado de STAR pendiendo de decisiones regulatorias futuras e inciertas tales como la posibilidad de que en el futuro se le permita al Agente Económico Preponderante en telecomunicaciones participar en el mercado del STAR, siempre y cuando cumpla con lo establecido en el marco normativo aplicable, para contrarrestar así el poder hoy existente de GTV.

Por todo lo anteriormente expuesto en el presente voto particular, disiento de los términos y el sentido en que se presentó y aprobó el Acuerdo 71.

CIUDAD DE MÉXICO

A handwritten signature in blue ink, reading 'Adriana Labardini Inzunza', is written over a large, stylized blue scribble that serves as a background for the signature.

ADRIANA LABARDINI INZUNZA  
COMISIONADA

## 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 testan 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 1 número.

**Referencia 2.** Se elimina 1 número.

**Referencia 3.** Se elimina 1 número.

**Referencia 4.** Se elimina 1 número.

**Referencia 5.** Se elimina 1 número.

**Referencia 6.** Se eliminan 6 palabras.

**Referencia 7.** Se eliminan 3 palabras y 1 número.

**Referencia 8.** Se eliminan 5 palabras.

**Referencia 9.** Se eliminan 7 palabras.

**Referencia 10.** Se eliminan 6 palabras.

**Referencia 11.** Se elimina el contenido de una gráfica.

**Referencia 12.** Se elimina 1 número.

**Referencia 13.** Se elimina 1 número.

**Referencia 14.** Se elimina el contenido parcial de un cuadro.

**Referencia 15.** Se eliminan 3 palabras.

**Referencia 16.** Se elimina el contenido de una gráfica.