

RESOLUCIÓN NÚMERO 16-CDPC-2011-AÑO- VI. COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA.- SESIÓN ORDINARIA DEL PLENO NÚMERO 38-2011.- Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, siete de octubre de dos mil once.

VISTO: Para resolver el expediente No. **108-NC-6-2011**, contentivo de la solicitud presentada en fecha veinte de junio de 2011, relativa a la Notificación Previa Obligatoria y Verificación Previa Voluntaria de la operación de concentración económica a realizarse entre las sociedades: **MILLICOM CABLE HONDURAS S. A. de C. V., (MILLICOM CABLE HONDURAS)** (Compradora) y **CABLE TELEVISION de CHOLUTECA S. de R. L. (CATECHO)** (Vendedora), representadas por el abogado Michael Alexander Rascoff Irías, tal como se acreditó con el respectivo documento de mandato, y consistente en el cambio de control por la adquisición del cien por ciento (100%) de los activos de la sociedad CATECHO, por parte de la sociedad MILLICOM CABLE HONDURAS.

CONSIDERANDO (1): Que la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (en lo sucesivo la Comisión) previo a la admisión de la solicitud mediante providencia de fecha 27 de junio de 2011, requirió a los comparecientes a efecto de que presentaran una serie de documentos formales necesarios para la admisión de la solicitud, diligencia que se tuvo por cumplimentada mediante providencia de fecha doce de julio del presente año.

CONSIDERANDO (2): Que de conformidad con el procedimiento establecido en la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia (Ley) y su Reglamento, en fecha 12 de agosto de 2011, se procedió a remitir el expediente de mérito a la Dirección Técnica a efecto de que ésta emitiera los dictámenes o informes correspondientes. Por medio de sus dependencias la Dirección Técnica como diligencias previa a la emisión de los mencionados dictámenes solicitó que se requiriera información adicional necesaria para el análisis de la operación de concentración en cuestión. En actos seguidos la Comisión mediante Resolución Número 11-CDPC-2011-AÑO-VI de fecha veintinueve de julio de 2011, requirió la información a los agentes económicos antes relacionados, la que fue cumplimentada por los requeridos en fecha 11 de agosto de 2011.

De igual forma, consta en el expediente de mérito, información adicional presentada en fecha 21 de septiembre de 2011, por el apoderado legal de las sociedades involucradas en la operación de concentración, la que fue admitida mediante providencia de fecha veintiséis de septiembre del corriente.

CONSIDERANDO (3): Que habiendo recibido la Dirección Técnica el expediente en fecha 12 de agosto de 2011, cumplimentó el procedimiento solicitado por el Pleno de la Comisión

emitiendo un Informe de fecha treinta de septiembre de 2011, en el que se analizaron los acápites siguientes:

I. DESCRIPCIÓN DE LA CONCENTRACIÓN

1. LAS EMPRESAS INVOLUCRADAS

a) **Millicom Cable Honduras S. A. de C. V. [Empresa Adquirente]**

Millicom Cable Honduras es una sociedad anónima de capital variable, constituida de conformidad con las leyes de Honduras por tiempo indefinido. Su domicilio principal es la ciudad de Tegucigalpa. La sociedad tiene, entre otras, las siguientes finalidades: prestar, implementar, desarrollar, utilizar e intermediar en servicios televisión por suscripción por cable, servicios de Internet de banda ancha y conmutados, servicios portadores, servicios de transmisión de márgenes, servicios de transmisión de datos, servicios de telefonía fija y móvil, servicios de telecomunicaciones locales, nacionales e internacionales, servicios televisión pagada por evento (PPV) y video en llamada (VOD), distribución de todo tipo de programas y contenidos, ya sean nacionales o internacionales, servicios de valor agregado tales como videoconferencia, facsímile; y cualquier tipo de nuevos servicios, tanto por cable como por fibra óptica, por satélite y/o cualquier otro medio electromagnético; así como, por cualquier medio que en el futuro el desarrollo tecnológico permita, implementación y prestación de negocios de radiodifusión ya sea en banda AM o FM.

Millicom Cable Honduras, es controlada por las sociedades Millicom Cable 201 N. V. y Millicom Cable N. V., las cuales a su vez son controladas por la sociedad Millicom Latin Am By, subsidiaria de la empresa matriz Millicom International Cellular S. A., domiciliada en Luxemburgo.

El capital suscrito y pagado de Millicom Cable Honduras, asciende a L.1,731.0 millones cuya participación accionaria se compone de la manera siguiente:

Participación Accionaria Millicom Cable Honduras

Socio	Porcentaje de Participación
Millicom Cable 201 N. V.	67%
Telecomunicaciones de Centroamérica	33%

Fuente: Elaboración propia con datos de los agentes involucrados en la operación

Datos Financieros Millicom Cable Honduras (Millones de Lempiras)

Variable	2008	2009	2010
Activos	563.0	2,220.0	2,142.0
Ingresos	564.0	622.0	625.0

Fuente: Elaboración propia con datos de los agentes involucrados en la operación

Empresas Relacionadas

Adicionalmente a la sociedad Millicom Cable Honduras, S. A. de C. V., el grupo Millicom Internacional Cellular, S. A., también tiene presencia en el territorio hondureño a través de sus subsidiarias Telefónica Celular, S. A. de C. V. (Celtel), Newcom Honduras S. A. y Navega Honduras, S. A.

- a. Telefónica Celular, S. A. de C. V. (Celtel): Compañía constituida en Honduras en 1987, bajo la denominación social Inversiones Rocafuerte, S. A., misma que fue modificada en 1995 a Telefónica Celular, S. A. (Celtel); cuyo giro es el de explotar y comercializar todas las actividades relacionadas con los sistemas de comunicación y telecomunicación, especialmente lo concerniente al servicio de telefonía móvil celular (voz, datos, imágenes).
- b. Navega Honduras, S. A.: Sociedad constituida bajo las leyes de la República de Honduras. Es una empresa de transporte de comunicaciones (Carrier) que provee servicios de datos, voz y video, básicamente bajo la modalidad de servicios corporativos al mercado empresarial y no residencial.
- c. Newcom Honduras S. A., sociedad anónima, constituida bajo las leyes de la República de Honduras. El giro principal de la empresa es la prestación de servicios corporativos, conectividad, transmisión de datos, construcción de links de Internet, enlaces dedicados, servicios de voz, etc.

b) Cable Televisión de Choluteca S. de R. L. (CATECHO) [Empresa Adquirida]

Sociedad de responsabilidad limitada de capital variable debidamente registrada por tiempo indefinido. La finalidad principal de la sociedad es la explotación de la Televisión por Cable en toda su extensión, importación de materiales o aparatos eléctricos, así como, toda actividad necesaria para realizar las anteriores y en general cualquiera otra de lícito comercio. Su domicilio principal es la ciudad de Choluteca, Departamento de Choluteca, Honduras.

La sociedad CATECHO cuenta con un capital mínimo de L.1.5 millones y un máximo de L. 2.5 millones el cual se encuentra suscrito de la siguiente forma:

Participación Accionaria de la Sociedad CATECHO

Socio	Porcentaje de Participación
Socio A	85%
Socio B	11%
Socio C	1%
Socio D	1%
Socio E	1%
Socio F	1%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de los agentes involucrados en la operación.

Datos Financieros CATECHO S. de R. L.

(Millones de Lempiras)

	2008	2009	2010
Activos	13.8	16.4	16.6
Ingresos	24.2	24.2	25.5

Fuente: Elaboración propia con datos de los agentes involucrados.

Empresas Relacionadas

La sociedad CATECHO es propietaria del 98.9% del capital social de la empresa Producciones Audiovisuales S. A. de C. V. (PROAVSA), que produce contenidos para emitirlos bajo la señal de un canal local de circuito cerrado¹ en Choluteca. Es importante señalar que la propiedad sobre esta sociedad no es parte de la pretendida transacción de compra-venta objeto del presente análisis.

Adicionalmente a lo anterior, CATECHO no posee inversiones permanentes ni participación accionaria en ninguna otra empresa de telecomunicaciones, o de cualquier otro sector económico, dentro o fuera del país.

2. LA OPERACION DE CONCENTRACIÓN

La operación descrita en el acuerdo de intención para la compraventa de activos entre Millicom Cable Honduras S. A. de C. V. (Compradora) y CATECHO S. de R. L. (Vendedora), consiste en la compra de la totalidad (100%) de los activos propiedad de CATECHO.

La sociedad **MILLICOM CABLE HONDURAS**, comprará los siguientes activos a la sociedad **CATECHO**:

- a. La Red Externa² que utiliza CATECHO para la prestación de los servicios de televisión por cable e Internet, en las ciudades de **San Lorenzo, Valle, y Choluteca, Choluteca**;
- b. Materiales nuevos y existentes en bodega para el sostenimiento y mantenimiento de la Red Externa;
- c. El Head End³ completo;
- d. Amplificadores y fuentes de poder;
- e. La Cartera de Suscriptores;
- f. Cuentas por cobrar a la Fecha de Cierre;
- g. El mobiliario y equipo propiedad de CATECHO; y,
- h. Todos aquellos activos propiedad de CATECHO que sean requeridos para poder ofrecer el servicio de televisión por cable e Internet, en las ciudades de San Lorenzo, Valle, y Choluteca, Choluteca; incluyendo, el software para la atención, facturación y cobranza de clientes.

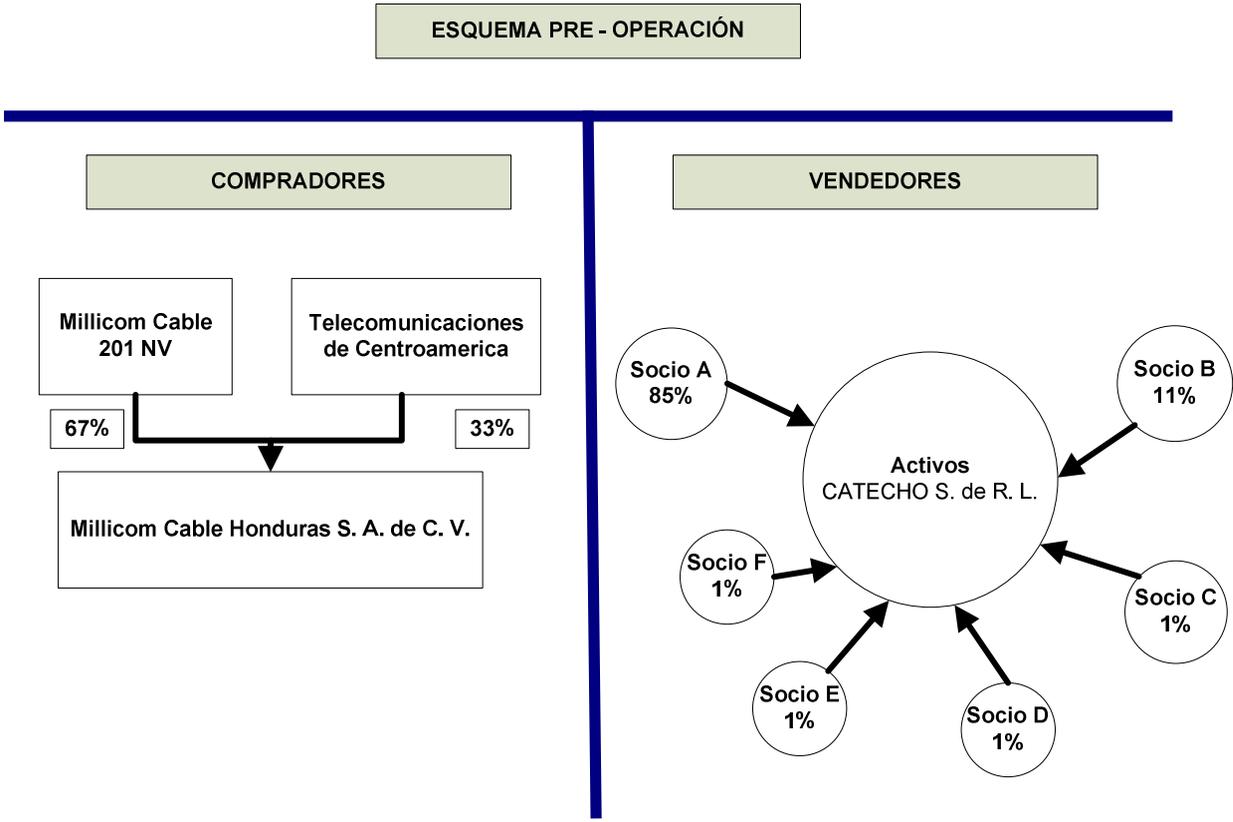
¹ Canal cuya programación no se transmite en televisión abierta, sino que solamente como parte de la guía de programación del servicio por suscripción de televisión por cable, en este caso en la programación de CATECHO.

² **Red Externa o Planta Externa** es toda la infraestructura exterior o medios enterrados, tendidos o dispuestos a la intemperie por medio de los cuáles una empresa de telecomunicaciones o energía ofrece sus servicios al cliente que lo requiere. Está constituida fundamentalmente por el bucle local o bucle de abonado y sus elementos asociados: cables, cajas de empalme, bobinas, tendidos, conductos y otra infraestructura adicional. Parte de esta infraestructura o red está compuesta por: tendidos, postes, armarios, cámaras y canalizaciones subterráneas, equipos y productos que permiten conectar y enlazar la red hasta llegar al punto donde es necesario. En otras palabras, planta externa es todo lo que se ve en las calles esquinas y avenidas, el conjunto de postes, cables y demás conexiones que se puedan observar externamente y que de una forma u otra lleguen a ingresar a edificios o casas para prestar servicios. (Ref. http://es.wikipedia.org/wiki/Planta_externa)

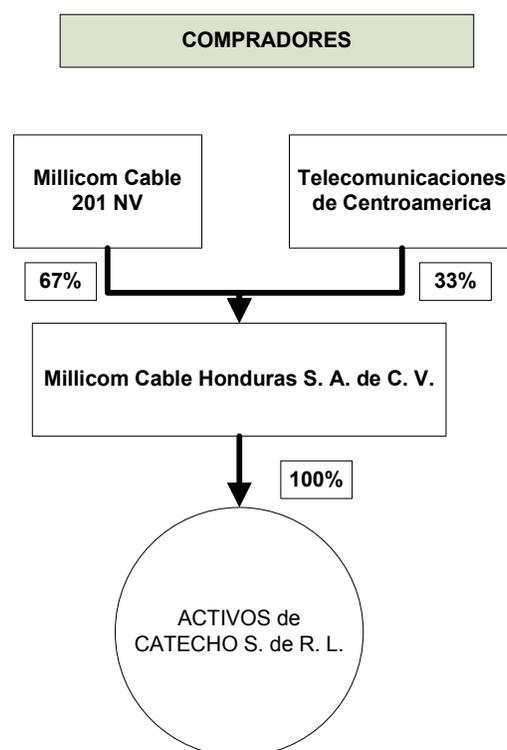
³ Centro de la red encargado de agrupar y tratar los diversos contenidos que se van a transmitir por la red.

De esta manera, con la información provista por los agentes involucrados se puede inferir que el objetivo principal de la compra de activos por parte de la Sociedad Millicom Cable Honduras, es la ampliación geográfica de su red y de los servicios que por medio de ella presta a los usuarios finales.

La compra de estos activos implicará que Millicom Cable Honduras asumirá el control total de los activos y en consecuencia, la prestación de los servicios de televisión por cable, Internet y además de la cartera de suscriptores actuales de la empresa CATECHO.



ESQUEMA POST - OPERACIÓN



II. VERIFICACIÓN DE UMBRALES

La Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia (LDPC) establece en su artículo 13 la obligatoriedad de notificarse ante la CDPC a las empresas que pretendan concentrarse, antes que la operación de concentración surta sus efectos, definiendo esta Comisión cuáles concentraciones deben ser verificadas, en función de tres variables: monto de activos, participación en el mercado relevante o el volumen de las ventas de los agentes que se concentran. Disponiéndose que para ser objeto de verificación, una concentración deberá alcanzar por lo menos uno de los umbrales que fueron establecidos por la Comisión, conforme a Resolución No. 32-CDPC-2008-AÑO III, publicada en el Diario Oficial La Gaceta con fecha 14 de noviembre de 2008⁴.

Los datos correspondientes a los estados financieros del ejercicio fiscal 2010 de las empresas involucradas en la operación de concentración revelan que los mismos exceden el umbral de 10,000 salarios mínimos para los activos y de 20% de participación de mercado, definidos mediante resolución por la Comisión, con lo cual se cumple la condición previa

⁴ Los umbrales a que hace mención dicha Resolución son los siguientes: i) Cuando el monto de activos totales exceda el equivalente a 10,000 salarios mínimos calculado sobre la base del promedio anual o, ii) Cuando exceda un volumen de ventas de Quince Mil (15,000) salarios mínimos calculado sobre la base del promedio anual o, iii) Cuando exceda una participación conjunta de los agentes económicos involucrados en la concentración económica del veinte por ciento (20%) del mercado relevante.

definida en el Artículo 9 del reglamento de la LDPC en cuanto a que la operación propuesta es una concentración y por lo tanto es necesaria previamente su aprobación por la Comisión.

**Datos Financieros 2010
(Millones de Lempiras)**

Empresa	Activos	Ingresos	Mercado Principal en el que Participa	Participación de Mercado *
Millicom Cable Honduras	2,224.0	625.0	Televisión por Cable	25%
CATECHO	17.0	26.0	Televisión por Cable	53%
Total	2,241.0	651.0		78%
Umbrales**	798.1	1,197.0		20%

* Participación en el mercado geográfico de Choluteca.

** Salario mínimo correspondiente a la tabla del Acuerdo STSS-223-2011 para el sector servicios (L. 6,651.18).

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por los notificantes

En ese sentido, habiéndose determinado que mediante la operación notificada se concretara una operación de concentración económica en el ámbito del análisis de competencia, se procederá a realizar el análisis económico de la misma.

III. MERCADO RELEVANTE

La determinación del mercado relevante se realiza definiendo el mercado de producto y el mercado geográfico. El mercado de producto relevante incluye todos los bienes o servicios que desde el punto de vista del consumidor son sustituibles por sus características, precio o usos (bienes o servicios que satisfacen las mismas necesidades en condiciones similares). Por otra parte, la delimitación del mercado relevante geográfico considera el área geográfica en donde se encuentran las fuentes o proveedores alternativos a los cuales el comprador podría acudir bajo las mismas o similares condiciones de mercado.

El análisis del mercado relevante determina el ámbito de acción del comportamiento empresarial, tanto geográfico como a nivel de líneas de productos o servicios, considerando la capacidad de sustitución, desplazamiento de productos vía precios, uso final y características de los usuarios. La relevancia del mismo radica en que este análisis ofrece el espectro de amplitud de la investigación y por tanto la capacidad de observación y fiscalización de la misma.

En tal sentido, los principales factores que permiten delimitarlo correctamente son: i) el producto o servicio; ii) el ámbito geográfico; y iii) el nivel comercial. Con relación a la delimitación del producto o servicio, a fin de realizarla, debe identificarse a aquellos otros servicios que los usuarios puedan considerar como sustitutos cercanos del producto o servicio en cuestión.

Para determinar cuáles productos o servicios son sustitutos cercanos debe tomarse en consideración lo siguiente: (i) que los compradores o usuarios puedan darle al supuesto producto o servicio sustituto el mismo o similar uso que le dan al servicio en cuestión (sustituibilidad técnica); y (ii) que los compradores o usuarios estén dispuestos a pagar el

costo de los servicios supuestamente sustitutos en lugar de utilizar el servicio en cuestión (sustituibilidad económica).

1. MERCADO PRODUCTO

La cuestión central en el caso de la dimensión producto es, en consecuencia, determinar si el producto o servicio afectado por la operación de concentración recibe una competencia insuficiente de otros productos o servicios de manera tal que al hipotético monopolista le resulte rentable aplicar un incremento leve pero significativo y no transitorio en el precio con relación al nivel competitivo de dicho precio.

Millicom Cable Honduras S. A. de C. V., tiene la intención de adquirir la totalidad de los activos propiedad de la empresa **CATECHO S. de R. L.**, sociedad que participa en el mercado hondureño fundamentalmente en la prestación de servicios de televisión por cable e Internet. De forma sucinta el siguiente cuadro muestra los servicios comercializados por cada una de las empresas involucradas en el proceso de concentración económica.

Actividad Económica	Millicom Cable Honduras	CATECHO
Televisión por Cable	☒	☒
Internet	☒	☒
Telefonía Fija	☒	
Transmisión y Conmutación de Datos	☒	
Telefonía Móvil (y Valores Agregados)	☒	

Fuente: Elaboración propia con datos de los agentes involucrados en la operación

Es por ello y en vista de los mercados en los cuales se observa un traslape horizontal que se puede concluir que los **mercados relevantes de producto o servicio** en que debe ser estudiada la presente concentración es el **mercado de Televisión por Cable y Servicio de Internet Fijo**, por cuanto es en dichos mercados en donde la mencionada concentración económica puede surtir efectos, o dicho de otra forma, es en estos mercados donde puede verse afectado el grado de competencia efectiva.

a) Televisión por Cable

La televisión por cable es un sistema de servicios de televisión prestado a los consumidores a través de señales de radiofrecuencia que se transmiten a los televisores fijos a través de medios físicos (fibra óptica o cable coaxial).

Mediante el servicio de televisión por cable es posible “comprar” o “adquirir” una gama de señales de distintos canales de televisión que no se encuentran disponibles en la televisión abierta, los cuales se orientan a consumidores con preferencias particulares, como son: canales de deportes, noticias internacionales, películas, documentales, etc.. Es por ello que las compañías tienden en general a ofrecer el servicio como un paquete en el cual se pueden encontrar una cierta variedad de dichos canales, a excepción, de algunos canales específicos o *Premium*, los cuales son ofrecidos por pagos adicionales.

SUSTITUIBILIDAD

La industria de telecomunicaciones en el sentido amplio, se caracteriza por ser uno de los sectores con mayor dinamismo de la economía mundial, en el cual la innovación es el motor que desemboca los progresos tecnológicos que impulsan a las empresas a realizar nuevas inversiones en infraestructura para la prestación de servicios que presentan mejor calidad, mayor cobertura y menores precios.

En mercados maduros en donde la conectividad de banda ancha tiene una alta penetración, es posible encontrar empresas que ofrecen el servicio de televisión sobre el protocolo IP (IPTV⁵) por Internet, el cual tiene un funcionamiento similar a la de la televisión por cable, ya que es posible suscribirse para poder ver un determinado programa o serie de televisión.

La IPTV no es en sí misma un protocolo, sino que ha sido desarrollada basándose en el *video-streaming*. Se espera que la tecnología IPTV evolucione el sistema de televisión actual y se convierta en el esquema dominante de comercialización de la televisión.

En estos mercados es posible encontrarse con consumidores que se ven en la disyuntiva de contratar los servicios de televisión por cable o contratar conectividad por medio de banda ancha, la cual les brinda la capacidad de poder hacer uso de la televisión por Internet de manera fluida y sin interrupciones.

Incluso en estos mercados, dicho servicio encuentra un freno en el estado tecnológico actual, ya que para su profundización en la penetración es necesaria conexiones a *Internet* con velocidades mayores a las actuales, ya que para un tipo de canal de televisión de definición estándar (SDTV) es necesaria una conexión de 1.5 Mbps, mientras que para uno de alta definición (HDTV) es necesaria una conexión de 8 Mbps. Es importante tener en consideración que éstos son los valores mínimos de conectividad para cada servicio.

Las decisiones de los consumidores entre uno y otro de los servicios ofrecidos estarán determinadas principalmente por dos factores. El primero, es si en efecto existe el servicio de conectividad de banda ancha a una capacidad que satisfaga las necesidades del consumidor, y la segunda, el precio al cual está siendo ofrecido dicho producto. En ese sentido se reconoce que en el futuro, la convergencia tecnológica hará que ambos servicios presenten una fuerte sustituibilidad. Sin embargo, dado el estado actual de la tecnología, y la inexistencia de proveedores de este servicio, se puede concluir que en el espacio temporal para el análisis del presente caso resulta evidente la baja sustituibilidad entre ambos servicios.

⁵ *Internet Protocol Television (IPTV)*

Otro servicio que se presenta, en principio, como un buen sustituto técnico es el de la televisión por satélite, para lo cual es necesario contratar a un prestador de servicios de televisión por satélite que deberá instalar una antena parabólica y proveer un equipo especial para la recepción de dicho servicio.

Sin embargo, el precio de los servicios de televisión satelital es considerablemente mayor al de la televisión por cable⁶; así mismo, la oferta de televisión satelital a precios relativamente cercanos, que puedan generar un cierto grado de sustituibilidad, ofrecen un servicio que no presenta las mismas características que la televisión por cable, debido a que la cantidad de canales que se ofrecen es menor y si se deseara completar la misma cantidad de canales el precio sería considerablemente mayor. Es decir, canal por canal, viene a resultar mucho más caro la contratación del servicio satelital.

En ese sentido, ni el servicio de Televisión sobre el protocolo IP, ni la televisión satelital se consideran, al menos durante el horizonte temporal en el cual se realiza el presente análisis de concentración económica, como sustitutos de la televisión por cable, por lo tanto, el *mercado de producto o servicio relevante para el presente caso se define como Servicios de Televisión por Cable (Definición Estándar y Alta Definición).*

b) Servicio de Internet

El servicio de Internet consiste en un conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, garantizando que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial. El servicio demandado por los consumidores consiste en la posibilidad de acceder a dicho conjunto de redes.

Cuando un consumidor adquiere el servicio, lo hace asociando el mismo a una determinada "velocidad". La velocidad del servicio de Internet determina el uso que pueda darle el usuario al servicio de *Internet*, ya que menores velocidades requieren un mayor tiempo de espera para poder cargar la variedad de contenido que pueda haber en una determinada página Web, como son: texto, imágenes, videos, etc. Es por ello que la velocidad se convierte en una característica que determina la naturaleza del servicio, y por tanto, la valoración otorgada por los consumidores.

SUSTITUIBILIDAD

En principio se podría considerar al *Internet*, como una herramienta de búsqueda de información. Sin embargo esta red brinda a los usuarios la posibilidad de acceder, desde cualquier punto del que se posea conexión, a una monumental cantidad de opciones de

⁶ Por ejemplo un servicio de 90 canales con una compañía de televisión satelital implica un costo fijo inicial para la instalación de la antena de alrededor de L. 1,800.00 y un cargo mensual de aproximadamente entre L. 650.00 y L. 950.00; (incluye renta del equipo en algunos casos) en cambio una suscripción de 90 canales con una compañía de servicios de televisión por cable cuesta entre L. 250.00 y L. 320.00.

datos, vale decir, no sólo información, sino páginas de texto, hipertexto, imágenes, vídeos, etc., que poseen virtualmente toda la información que pueda ser requerida o necesitada.

Una característica crucial que determina la valoración y, por tanto, la utilidad que otorga a los consumidores, como ya se ha dicho antes, es la velocidad del servicio, la que es ofrecida en sus diferentes opciones al momento de suscribir los contratos. Aquí se puede diferenciar entre consumidores residenciales y corporativos. En teoría, los primeros, tiene una menor demanda en cuanto a velocidad (volumen) respecto a los consumidores corporativos.

Por otra parte, la evidencia empírica a nivel internacional concluye que de momento los servicios de *Internet* móvil con respecto a los accesos fijos (tecnologías XDSL y redes de cable) no pueden considerarse como sustitutivos de los fijos. Las variables más importantes para llegar a esta conclusión tienen que ver con el precio, la velocidad y las características técnicas que presentan los servicios ofrecidos. Por ejemplo, los operadores en sus ofertas de banda ancha móvil no aplican tarifas planas, en el sentido estricto del término: precio siempre fijo con independencia del uso que del mismo haga el usuario final.

De ahí que en los casos en los que los operadores móviles ofrecen una tarifa de acceso siempre constante en el tiempo, reducen la velocidad nominal de navegación a partir de un determinado volumen de descarga. Asimismo, para obtener productos de banda ancha móvil con tarifa plana y sin limitaciones de descarga, el precio que tiene que pagar el usuario es significativamente mayor con respecto al de la banda ancha fija. Sin embargo, en aquellas áreas geográficas que no gozan de cobertura del servicio fijo, la sustitución es obligada por condiciones de oferta (la red de servicios móviles, y por ende, el servicio de *Internet* móvil poseen una mayor cobertura nacional).

En ese sentido, y en vista que no existen sustitutos técnicos para el servicio de *Internet*, al menos durante el horizonte temporal en cual se realiza el presente análisis de concentración económica, el *mercado de producto o servicio relevante para el presente caso se define como el Servicio de Internet Fijo.*

2. MERCADO GEOGRÁFICO

En el caso de la dimensión geográfica, la cuestión central a determinar es si el área afectada por el comportamiento de los agentes económicos en cuestión recibe una competencia insuficiente de otras áreas geográficas, de manera tal, que a un hipotético monopolista de aquella área le resulte rentable aplicar un incremento leve pero significativo y no transitorio en el precio con relación al nivel competitivo de dicho precio. Si la respuesta es afirmativa, y en consecuencia, a ese hipotético monopolista le resultara rentable aplicar el mencionado incremento de precios en el área afectada por la operación, entonces, ese es el mercado geográfico a examinarse en el marco del cual se analizará dicha operación. Si la respuesta

fuese negativa, entonces, deberá ampliarse el área geográfica hasta que la respuesta a la pregunta resulte afirmativa.

Para el caso de los operadores de telecomunicaciones, en este caso, los operadores de televisión por cable e *Internet*, únicamente pueden ofrecer su servicio en aquellas zonas en las cuales poseen la infraestructura necesaria para brindar la cobertura requerida. De igual forma, los usuarios de estos servicios están asociados a una infraestructura fija (vivienda) por lo que resulta razonable pensar que ningún usuario va a movilizarse a otra zona para acceder a los servicios ofrecidos por otras empresas en otras zonas.

Es importante hacer notar que para la prestación de los servicios definidos, las empresas prestadoras deben incurrirse en considerables inversiones, por ello, es lógico que los operadores centren sus operaciones en centros urbanos, en los cuales se hace más atractivo brindar el servicio, gracias a las economías de red que permiten alcanzar economías de escala.

Lo anteriormente expuesto enmarca el análisis de los mercados de servicio relevantes previamente definidos (televisión por cable e *Internet*) a un nivel local. De igual forma, el mercado geográfico relevante se limita a áreas geográficas específicas, que se define en función de la dimensión geográfica de estos mercados, en particular, a la zona cubierta por la red del operador que presta los servicios objeto de análisis. En ese sentido, el mercado relevante geográfico evaluado se divide en dos mercados, uno lo constituye la Ciudad de Cholulteca y el segundo, la Ciudad de San Lorenzo.

IV. ANÁLISIS DEL MERCADO

GRADO DE CONCENTRACIÓN DEL MERCADO

De acuerdo a la teoría económica, la intensidad de la competencia en un mercado está directamente relacionada con el número de firmas que participan en el mercado y el grado de desigualdad entre ellas. La medición del tamaño relativo de las empresas que participan en un mercado y la intensidad de la competencia que puede darse dentro del mismo, se realiza a través de indicadores llamados índices de concentración.

El grado de concentración es función del número de empresas participantes en un mercado y de sus respectivas cuotas de mercado. Para analizar el grado de concentración del mercado en el presente caso, se procederá a estimar los siguientes índices; i) Índice Herfindhal Hirschman (HHI); ii) Índice de Dominancia (ID) y; iii) Cociente de Concentración (CR).

Internacionalmente es reconocido que cualquier amenaza para el mercado aparece a partir del grado de concentración que se genere producto de la operación de concentración, en ese sentido se analizarán las pautas a nivel internacional del Índice Herfindahl Hirschman.

El Índice de Herfindahl-Hirschmann es una herramienta utilizada para la medición de la concentración de un mercado; éste se define como la sumatoria del cuadrado de las participaciones de las empresas que actúan en el mercado. Los valores del HHI oscilan entre 0 (mercado perfectamente competitivo) y 10,000 (mercado monopolístico).

Con respecto al Índice de Dominancia, éste depende del tamaño relativo de los participantes en la operación de concentración, de esta forma cuando la operación de concentración está limitada a agentes económicos relativamente pequeños el indicador no aumenta, en cambio si lo hace (aumenta), entonces se trata de una concentración entre agentes económicos relativamente grandes.

La *Federal Trade Commission* (FTC) utiliza la variación del HHI como criterio para evaluar el aumento de concentración en los mercados y considera que variaciones superiores a 100 puntos en mercados moderadamente concentrados y variaciones entre 100 y 200 puntos en mercados previamente concentrados, son motivos de preocupación desde el punto de vista de la competencia. Variaciones superiores a 200 puntos en mercados previamente concentrados presume la existencia de poder de mercado.

HHI	Incremento	Recomendación de los Lineamientos de Fusiones del Dpto. de Justicia EE.UU.
Menos de 1500 puntos	-	Debe ser aprobada
Entre 1500 y 2500 puntos	Menos de 100 puntos	Debe ser aprobada
Entre 1500 y 2500 puntos	Más de 100 puntos	Concentración moderada, debe ser evaluada
Más de 2500 puntos	Menos de 100 puntos	Concentración alta, con posibilidades de ser aprobada
Más de 2500 puntos	Entre 100 y 200 puntos	Concentración alta, debe ser evaluada
Más de 2500 puntos	Más de 200 puntos	Altamente concentrada, debe ser evaluada. Se presume existencia de poder de mercado

La Fiscalía Nacional Económica (FNE) en Chile presume que las operaciones de concentración que no sobrepasen determinados umbrales de concentración no tienen potenciales efectos anticompetitivos. En consecuencia, la FNE descartará un mayor análisis:

- i. Si el índice HHI post fusión es menor a 1000,
- ii. Si $1000 < \text{HHI} < 1800$ (el valor de este índice refleja un mercado moderadamente concentrado) y $\Delta\text{HHI} < 100$, y
- iii. Si $\text{HHI} > 1800$ (el valor de este índice refleja un mercado altamente concentrado) y $\Delta\text{HHI} < 50$.

La Comisión Nacional de Competencia (CNC) de España utiliza como criterio el diferencial del HHI, en cuyo caso diferenciales menores a 150 puntos no representan peligro para la competencia.

HHI	Incremento	Efecto para la Competencia
Menos de 1000 puntos		Seguro
Entre 1000 y 2000 puntos	Menos de 250 puntos	Seguro
Entre 1000 y 2000 puntos	Más de 250 puntos	Representa Peligro
Más de 2000 puntos	Menos de 150 puntos	Seguro
Más de 2000 puntos	Más de 150 puntos	Representa Peligro

La Comisión Federal de Competencia (CFC) de México señala en sus pautas que debe realizarse un análisis conjunto de los índices Herfindahl-Hirschmann y de Dominancia y considera que existe una baja probabilidad de afectar el proceso de libre competencia cuando se cumple al menos una de las siguientes condiciones:

- i. Aumento del HHI menor de 75 puntos;
- ii. Valor alcanzado por el HHI menor a 2000 puntos;
- iii. Disminuye el valor del Índice de Dominancia; y
- iv. El valor alcanzado por el Índice de Dominancia es menor a 2500 puntos.

a) Televisión por Cable

▪ Grado Concentración en el Mercado Geográfico Relevante de la Ciudad de Choluteca

De acuerdo a la información brindada por los notificantes y acreditada en el **Expediente 108-NC-6-2011**, en lo relativo a las participaciones de mercado de las empresas que participan en este mercado relevante, se obtienen los índices siguientes:

**Variación del Índice de Concentración Herfindahl Hirschman e Índice de Dominancia
Televisión por Cable**

Empresa	Ex Ante				Ex Post		
	Usuarios	Participación	HHI	ID	Participación	HHI	ID
CATECHO (Adquirida)	6,330	52.95%	2,803.5	5,127.7	-	-	-
Millicom Cable Honduras (Adquiriente)	2,995	25.05%	627.6	257.0	78.0%	6,084.1	8,580.5
Cablevisión	2,630	22.00%	484.0	152.8	22.0%	484.0	54.3
Total	11,955	100%	3,915.1	5,537.5	100%	6,568.1	8,634.8
Número de Empresas Equivalentes	2.6				1.5		
Cambio en el HHI 2,653							
Cambio en el ID 3,097.3							

Fuente: Elaboración propia con información de los notificantes.

Derivado del análisis de los datos mostrados en el cuadro anterior, se puede inferir que el grado de concentración del mercado de televisión por cable, medido de acuerdo al número de usuarios, es equivalente a un mercado altamente concentrado. Lo anterior producto de la estructura oligopólica del mismo y la participación por parte de uno de los operadores que controla el 60% del mercado, en este caso la empresa que pretende vender sus activos (CATECHO).

La operación de concentración entre Millicom Cable Honduras y CATECHO produciría una modificación en la configuración del mercado de televisión por cable en Choluteca, incrementándose el HHI a 8,634.8 puntos con una variación *post* operación de 2,653 puntos. Tomando en consideración las pautas internacionales relacionadas al cambio *post*

operación, el mismo alertaría de un peligro que puede afectar el proceso de libre competencia, por lo que se precisa de un análisis más cuidadoso y exhaustivo a fin de determinar si existen o no posibles efectos a la competencia derivados de la pretendida operación en el mercado geográfico de Choluteca.

▪ **Grado Concentración en el Mercado Geográfico Relevante de la Ciudad de San Lorenzo**

De acuerdo a la información presentada por los notificantes, la sociedad Millicom Cable Honduras, no tiene operaciones en la ciudad de San Lorenzo. Por lo tanto, en dicho mercado se produciría solamente un cambio en el control de los activos que no desembocaría en un aumento en las participaciones de mercado. En ese sentido, para el presente mercado en particular, no se esperaría que se generen riesgos potenciales que puedan afectar el proceso de competencia efectiva.

b) **Servicio de Internet**

▪ **Grado Concentración en el Mercado Geográfico Relevante de la Ciudad de Choluteca**

De acuerdo a la información provista por los notificantes, el servicio de *Internet* en la ciudad de Choluteca es provisto por cuatro empresas que participan en el mercado: Millicom Cable Honduras, CATECHO, (empresas involucradas en la operación), Multidata y Hondutel. Según los estudios de mercado de la empresa Millicom Cable Honduras presentados en el informe “análisis económico” (folio 000181 vuelto), el tamaño del mercado de Choluteca para el servicio de *Internet* es de 1,150 usuarios, de los cuales el 30% corresponde a Millicom y el 70% a CATECHO.

Si consideramos los cálculos mencionados en el párrafo anterior, se obtiene que el HHI pasaría de 4,800 puntos a 10,000 puntos, lo cual implica pasar de una estructura duopólica a un monopolio puro.

Sin embargo, para el presente análisis se tomará como base el número de usuarios estimado por la empresa Millicom Cable Honduras para el mercado de Choluteca, éste asciende a 1,150 usuarios (folio 000181 vuelto), luego se estima cuál sería el HHI mínimo para ese mercado en particular, si se parte de las cuotas de participación asignadas a las empresas CATECHO y Millicom, considerando los datos provistos por cada empresa (525 usuarios corresponden a CATECHO y 351 a Millicom), luego el residuo (274 usuarios), se dividirían, para efectos del análisis, en cuotas similares para las empresas Hondutel y Multidata, es decir, 137 usuarios para cada empresa. Vistos así los datos, se obtiene el resultado siguiente:

Variación del Índice de Concentración Herfindahl

Servicios de Internet

Empresa	Ex Ante			Ex Post	
	Usuarios	Participación	HHI	Participación	HHI
CATECHO (Adquirida)	525	45.65%	2,084.1	76.17%	5,802.5
Millicom Cable Honduras (Adquiriente)	351	30.52%	931.6		
HONDUTEL	137	11.91%	141.9	11.9%	141.9
MULTIDATA	137	11.91%	141.9	11.9%	141.9
Total	1,150	100.0%	3,299.5	100.0%	6,086.3
Número de Empresas Equivalentes en el Mercado	3.0			1.6	
Cambio en el HHI 2,786.8					

Fuente: Elaboración propia con información de los notificantes.

Con estos niveles de participación, se observa que la operación de concentración entre Millicom Cable Honduras y CATECHO produciría una modificación en la configuración del mercado de Servicios de Internet en Choluteca, incrementándose el HHI a 6,086 puntos, con una variación *post* operación de 2,787 puntos.

Así entonces, al contrastar el análisis y la información proporcionada por los agentes económicos involucrados, con los estándares internacionalmente aceptados, se puede concluir que el mercado relevante del Servicio de Internet en la Ciudad de Choluteca está altamente concentrado. Más aún, es obvio advertir que los niveles de concentración se agravarían con la pretendida concentración económica. De ahí que desde la perspectiva de la libre competencia, a la luz de los indicadores previamente citados, es válido inferir que la operación de concentración, de autorizarse, para este mercado relevante constituye una amenaza creíble para limitar y/o dañar el proceso de competencia efectiva, por lo tanto, impone la necesidad de observarlo detenidamente.

▪ **Grado Concentración en el Mercado Geográfico Relevante de la Ciudad de San Lorenzo**

Al igual como sucede para el mercado de Televisión por Cable, al no tener operaciones la sociedad adquirente (Millicom Cable Honduras) en la ciudad de San Lorenzo, no se produciría un aumento en las participaciones de mercado de la sociedad adquirente; por lo tanto, la operación de concentración implica solamente un cambio en el control de activos, lo que, en principio, puede afirmarse que no representa riesgos para el proceso de competencia efectiva.

V. VALORACIÓN DE POSIBLES EFECTOS A LA COMPETENCIA DERIVADOS DE LA OPERACIÓN DE CONCENTRACIÓN ECONÓMICA

El objetivo de la legislación de competencia es promover y defender el ejercicio de la libre competencia, con el fin último de procurar el funcionamiento eficiente del mercado y el bienestar del consumidor. Para ello se debe garantizar a los agentes económicos que participan del mercado, la libertad de elección entre los diferentes bienes y servicios existentes en una economía.

En ese orden, si bien la estructura de un mercado no es por si sola cualidad suficiente para determinar si dicho mercado es o no eficiente, no menos cierto es que la estructura se convierte en un elemento que puede facilitar determinados comportamientos de las empresas para un mercado específico.

Visto el grado de concentración presente en el mercado geográfico relevante de la ciudad de Cholulca, tanto en el servicio de Televisión por Cable como en el de *Internet*, es obvio que en ambos casos, se constituyen como mercados altamente concentrados, situación que se agrava o aumenta con la operación de concentración en cuestión.

De ahí que el análisis debe orientarse a confrontar o contrastar los posibles efectos que pueden afectar de manera sustancial la competencia efectiva del mercado objeto de estudio, tales como: **i)** efectos coordinados, **ii)** efectos unilaterales y; **iii)** barreras a la entrada, *vis a vis* con las supuestas eficiencias que la operación en cuestión traería consigo.

1. EFECTOS COORDINADOS

De acuerdo con la teoría económica y la doctrina en materia de concentraciones económicas, una operación de este tipo, esto es, una estructura oligopólica refuerza o facilita las condiciones para una interacción coordinada o interdependencia estratégica entre las empresas en una etapa posterior a la operación de concentración. De ahí que es necesario determinar todos los efectos posibles a la competencia y la manera en que éstos se traducirán en la eficiencia del mercado y el bienestar del consumidor.

Al reducirse la estructura del mercado a solamente dos competidores efectivos, en el caso de televisión por cable (duopolio), y a tres competidores efectivos en el caso de *Internet* (oligopolio), los cuales concentrarían el 100% del mercado, los riesgos de coordinación para establecer acuerdos, como los prohibidos en el artículo 5 de la LDPC, resultan altamente elevados.

La estructura *post* operación facilitaría una comunicación coordinada que lleve a intercambios de información estratégica entre competidores directos, estrategias comerciales, inversiones en infraestructura, establecimiento de tarifas, entre otros, que evidentemente disminuirían los niveles de competencia actuales en perjuicio del bienestar de los consumidores.

Por otra parte, la estructura de mercado *post* operación en la que la empresa concentrada obtendría una participación de mercado de 78% y 76% en los mercados de televisión por cable e *Internet* respectivamente, podría facilitar la aplicación de prácticas concertadas bajo un esquema de seguimiento al líder, lo cual derivaría en precios similares a los de un mercado monopolizado.

2. EFECTOS UNILATERALES

En el caso de televisión por cable, resulta que la empresa concentrada obtendría una participación de mercado del 78% y en el caso de Servicios de *Internet* la cuota alcanzada llegaría a un 76.2%.

**Configuración del Mercado Post Operación
(Participaciones de Mercado)**

Mercado	Empresa Concentrada (post operación)	Competidores	
Televisión por Cable	78%	22%	
Servicios de Internet	76%	12%	12%

De ahí que resulte razonable inferir que dicha concentración generaría una estructura de mercado con altas probabilidades de que la misma permita o promueva la realización de conductas prohibidas por la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia.

En ese sentido, el agente resultante tendría la facilidad de imponer condiciones en el mercado, sin que los demás agentes económicos, en este caso, Cablevisión en el mercado de televisión por cable y Multidata y Hondutel en el de Servicios de *Internet*, puedan contrarrestar dicho poder.

Más aún, si se observa la política actual de precios que mantiene la empresa adquirente en el mercado de Choluteca con respecto a la de otros mercados más concurridos, como el de Tegucigalpa, se advierte que los usuarios del servicio de *Internet* pagan precios de hasta un 46.3% más que los consumidores de Tegucigalpa y del 10% más en el servicio de televisión por cable, denotándose una clara discriminación de precios por zona geográfica en consonancia con el nivel de competencia de ese mercado.

Precios Servicios de Internet (US\$)

Velocidad	Choluteca	Tegucigalpa	Diferencia Absoluta	Diferencia %
512 Kbps	35.00	22.00	-13.00	-37.1%
1 Mb	47.00	30.00	-17.00	-36.2%
2 Mb	60.00	36.00	-24.00	-40.0%
3 Mb	80.00	43.00	-37.00	-46.3%

Así las cosas, la consolidación de cuotas de participación de mercado, alcanzadas por la empresa resultante, producto de la operación de concentración económica, reforzaría la capacidad de la empresa concentrada para extraer el excedente de los consumidores y maximizar sus beneficios lo que provocaría una pérdida de bienestar neto.

También resulta pertinente advertir sobre la capacidad unilateral que la compradora obtendría para influenciar o afectar a los demás competidores. En la jurisprudencia administrativa que lleva la Comisión se observa que, en mercados altamente concentrados, específicamente, en el mercado de producto como el de la televisión por cable y en mercado geográficos, como el de San Pedro Sula, la empresa Amnet (ahora de Millicom) al ostentar una alta cuota en dicho mercado, tuvo la capacidad unilateral de influenciar sobre el mercado a través comportamientos anticompetitivos. Este precedente adverso para la libre

competencia en mercados específicos, motivó que la Comisión emitiera una resolución sancionatoria contra Amnet por dicho comportamiento.

Por otra parte, la cuota de mercado alcanzada en ambos mercados relevantes de servicio, facilitaría al agente resultante la imposición de barreras adicionales a la entrada o barreras estratégicas, que disminuirían considerablemente la posibilidad de entrada de nuevos competidores. Es decir, al convertirse en el mayor operador de servicios de televisión por cable e *Internet* en la zona, la empresa concentrada puede, unilateralmente, establecer condiciones contractuales (contratos mayores a un año) que aumentarían los costos de cambio de los usuarios hacia otras compañías, lo cual imposibilitaría o haría más costosa la entrada de potenciales competidores a dicho mercado.

En suma, puede advertirse que la brecha existente entre competidores se verá fuertemente incrementada, pasando de una situación en la cual previamente ya existían fuertes asimetrías entre las empresas a una en donde la empresa concentrada podría comportarse unilateralmente, sin que los demás agentes económicos competidores actuales o potencialmente, puedan contrarrestar dicho poder.

3. BARRERAS A LA ENTRADA

Barrera a la entrada es aquella situación en que hay costos considerablemente más altos que los que normalmente cualquier operador debe asumir para entrar a un determinado mercado, no hay acceso a un insumo esencial o alguna disposición legal que impide o encarece artificialmente la entrada al mercado relevante.

Como producto de la convergencia tecnológica se observa que empresas que antes prestaban servicios en rubros diferentes, hoy por hoy, incursionan en nuevos mercados, ofreciendo servicios que hasta no hace mucho tiempo eran ofrecidos por empresas completamente diferentes. En la actualidad, en este mercado fácilmente se pueden encontrar empresas que ofrecen simultáneamente los servicios de telefonía fija, móvil, televisión por cable, satélite, y servicios de Internet, entre otros.

Esa variedad de servicios a las que se referencia, y en general, los que se brindan en las compañías pertenecientes al sector de telecomunicaciones, pese a que son distintos servicios, éstos poseen un rasgo común, y es que para efectos de realizar las operaciones, se requiere o se antepone la necesidad de una infraestructura red. De ahí que una característica particular de la industria de telecomunicaciones lo constituya el nivel de inversiones demandado para poder operar en dicho sector.

El establecimiento de la red necesaria para brindar los servicios relevantes definidos, conlleva la necesidad de incurrir en fuertes inversiones en la infraestructura básica para la

prestación de los servicios. Esa inversión es uno de los principales obstáculos que presenta el sector de telecomunicaciones en general y el de Televisión por Cable e *Internet* en particular.

Es casi un hecho notorio que si un nuevo operador decidiera incursionar en el mercado de Televisión por Cable e *Internet*, primero, como requisito previo, para poder ofrecer cualquier servicio, necesitaría una aprobación por parte del ente regulador del sector (CONATEL) y segundo, los permisos de los gobiernos municipales. Esto, en efecto, se convierte en una barrera a la entrada, la que, sin embargo, no es restrictiva, puesto que la adquisición de un permiso de operación para estos servicios no es particularmente difícil en el caso del Ente regulador; empero, sí puede alcanzar tiempos superiores a un año en el caso de los permisos que debe obtener de los gobiernos locales.

Más aún, ese potencial competidor deberá incurrir en los inherentes costos hundidos presentes en el sector y las subsecuentes inversiones necesarias para la puesta en operación de la nueva red. Las inversiones de nuevas empresas serían menos atractivas a medida que la presencia de un competidor en un mercado geográfico específico tenga una participación notable de mercado, prácticamente la estructura de ese mercado tendería a funcionar y constituirse hacia una estructura cada vez más cercana a la figura de un monopolio puro.

De ahí que es válido afirmar y advertir que los altos costos para establecer una red, aunado a los largos períodos de respuesta de los gobiernos municipales para la obtención de los permisos correspondientes, hacen que, en el corto plazo, se dificulte la entrada de posibles competidores potenciales. Por otra parte, no se tiene conocimiento de algún agente económico en particular, que tenga interés en el corto y mediano plazo de incursionar a los mercados relevantes previamente definidos.

4. EFICIENCIAS

En cuanto a las concentraciones económicas el Art. 12 párrafo segundo de la LDPC establece que “son compatibles con la presente ley y no restringen, disminuyen, dañan o impiden la libre competencia, las concentraciones económicas que generen incrementos en la eficiencia económica y el bienestar del consumidor en los términos del artículo 9 de la presente ley y compensen el efecto negativo del proceso de libre competencia”.

Por otra parte, el artículo 9 párrafo tercero de la LDPC establece que: “Quien invoque incrementos en la eficiencia económica y bienestar del consumidor como resultado de sus actos deberá probar tales supuestos”.

Entre tanto, el Reglamento de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia (LDPC) establece en el inciso e) del artículo 12 que: “La valoración en el mercado relevante

de las ganancias en eficiencia económica que, en los términos del artículo 6 de este Reglamento, puedan derivarse de la concentración, deberán ser comprobadas por los agentes económicos que la realicen”.

Bajo ese contexto, las reorganizaciones empresariales en forma de concentraciones pueden responder a las exigencias de una competencia efectiva y aumentar la competitividad de la industria, contribuyendo así a mejorar las posibilidades de crecimiento y a elevar el nivel de calidad de vida en el país. Es posible que las eficiencias derivadas de una concentración contrarresten los efectos adversos sobre la competencia y, en particular, el perjuicio potencial que la misma podría tener para los consumidores, razón por la cual, será necesario identificar los posibles beneficios directos para la eficiencia del mercado y el bienestar de los consumidores.

Sin embargo, tal y como lo establece el artículo 9 de la ley, quien invoque incrementos en la eficiencia económica y bienestar del consumidor como resultado de sus actos deberá probar tales supuestos.

En consonancia con lo anterior, según la información presentada por los notificantes la operación traería los beneficios directos siguientes:

- a)** La oportunidad de acceder a nuevos productos, como son Televisión Digital, Televisión HD (de alta definición), mayores velocidades de Internet y otras alternativas como servicios de telefonía fija.
- b)** Mejoras tecnológicas producto de la ampliación de la red de cobertura de la zona sur del país, ampliando los beneficios de comunicación y entretenimiento.
- c)** Mantenimiento de las tarifas a los suscriptores de CATECHO.
- d)** Millicom Cable Honduras introducirá una guía de canales amplia y legal, servicios de última generación, pago de impuestos a CONATEL, DEI y municipalidades.
- e)** Con el respaldo del grupo Millicom bajo marca Tigo se establecerán estándares internacionales de servicio y calidad, garantizando en todo momento la competitividad.
- f)** Un mayor acceso de la población a estos servicios.
- g)** En el mediano plazo las economías de escala beneficiarían al usuario final.

Al observar las características, tipo, claridad en su cuantificación, así como, el traslado de los beneficios de estas eficiencias a los consumidores, se puede concluir que, en términos generales, las mismas no tienen la suficiente claridad acerca de la forma que estas eficiencias puedan incentivar de manera positiva la competencia, así como derivar en beneficios directos a los usuarios.

Para demostrar lo anterior, basta con observar el hecho de que la empresa resultante de la concentración mantendría los precios actuales de la empresa adquirida, no obstante, que está acreditado que la firma adquirente provee los servicios a mejores precios en el mercado.

Por lo anteriormente expuesto, se puede afirmar que las eficiencias argumentadas por los agentes económicos involucrados en la Concentración, en particular, las descritas en los incisos a), b), d), y e) anteriores, pueden ser válidas para el mercado de San Lorenzo. Es decir, se admiten como válidas bajo el entendido que la empresa adquirente no tiene ninguna participación en dicho mercado, y en términos prácticos, ésta estaría incursionando a dicho mercado geográfico. Sin embargo, no lo son para el mercado de Choluteca, puesto que los usuarios ya tienen esas opciones de oferta a través de la misma empresa Millicom (la adquirente) que presta sus servicios actualmente en ese mercado geográfico. El goce de esos beneficios los debiera generar el proceso competitivo, y así atraer la clientela otorgando mejores precios, presionando un cambio de las preferencias de los usuarios hacia el proveedor más eficiente. Bajo esta lógica, bastaría que un usuario atraído por mejores precios decida cambiar de proveedor, y así gozar de ese “beneficio”.

Por otra parte las mejoras tecnológicas pueden realizarse mediante inversiones estratégicas individuales y por ende alcanzarse sin necesidad de concentrarse.

En suma puede inferirse que: **i)** la relación de información presentada por los notificantes no justifica que las eficiencias tengan un carácter inherente a la operación de concentración en el mercado de Choluteca, en el entendido, que las mismas no son producto necesariamente de la operación de concentración en cuestión, y; **ii)** no existe claridad sobre los beneficios directos al mercado y a los usuarios en términos de precios, calidad, innovación que sean capitalizados de forma inmediata y que puedan compensar los efectos adversos que conlleva una concentración de tipo horizontal en el corto plazo. En consecuencia se dificulta cuantificar y establecer con certeza los beneficios en el mediano y largo plazo, y sus efectos en la eficiencia del mercado y en el bienestar del consumidor. Lo anterior pone de manifiesto que las eficiencias argumentadas no compensarían los efectos negativos sobre la competencia, para el mercado relevante de Choluteca, en relación a los beneficios que obtendría la empresa concentrada.

VI. CONCLUSIONES

1. Que la operación de concentración económica analizada corresponde a un acuerdo de intención para la compraventa de activos por parte de la sociedad Millicom Cable Honduras S. A. de C. V., que tiene la intención de adquirir la totalidad de los activos propiedad de la sociedad CATECHO S. de R. L., en las ciudades de Choluteca, departamento de Choluteca, y San Lorenzo, departamento de Valle, asumiendo el control total de los activos y en consecuencia, la prestación de los servicios de televisión por cable e Internet en dichas ciudades.
2. Que en vista del traslape horizontal de mercados en los cuales participa la sociedad adquirente y las actividades en las que participa la sociedad adquirida; el mercado relevante de producto o servicio en el que fue analizada la presente concentración

corresponde al mercado de *Televisión por Cable y Servicios de Internet Fijo*, en las áreas geográficas de *Choluteca y San Lorenzo*, por cuanto, es en dichos mercados en donde inicialmente la concentración puede producir efectos, es decir, en el espacio donde se puede ver afectada la dinámica de la competencia efectiva.

3. Que la evidencia acerca de la sustituibilidad entre la televisión por cable y la televisión satelital no es definitiva. Las experiencias a nivel internacional sugieren que existe una cierta sustituibilidad entre la televisión por cable y la televisión satelital, sin embargo, elementos como el precio y los cargos fijos por renta del equipo (antena parabólica), hacen que éste no sea considerado como un sustituto perfecto del servicio de televisión por cable, al menos, durante el horizonte temporal en el cual se realizó el presente análisis de concentración económica.
4. Que el mercado de Servicios de Televisión por Cable y de *Internet*, para el área geográfica de Choluteca, se presenta altamente concentrado. Los cálculos *post* operación muestran que el grado de concentración se incrementaría en más de 2,653 y 2,787 puntos para los servicios de televisión por cable e *Internet* respectivamente. Dichos incrementos alertan sobre la eventual potencialidad de que la misma pueda generar efectos anticompetitivos en dicho mercado.
5. Que la operación de concentración no derivará en la generación de efectos restrictivos a la competencia para el mercado geográfico de San Lorenzo, por cuanto, la empresa adquirente no concentrará ninguna cuota de participación adicional en ese mercado, es decir, la adquirente en la actualidad no tiene ninguna participación en el mercado de San Lorenzo.
6. Que el mercado de servicios de Televisión por Cable e *Internet*, presenta altas barreras a la entrada, mismas que están asociadas principalmente a la inversión en infraestructura y trámites administrativos con los gobiernos locales. La existencia de este tipo de barreras a la entrada provoca que exista un obstáculo para competidores potenciales que deseen ingresar al mercado en el corto plazo. Por otra parte, las características de estas barreras permiten que el agente resultante posea la capacidad de influenciar las condiciones actuales del mercado, en detrimento del proceso de competencia efectiva y en consecuencia del bienestar de los consumidores.
7. Que al reducirse la estructura del mercado a solamente dos competidores efectivos, en el caso de televisión por cable (duopolio), y a tres competidores efectivos en el caso de *Internet* (oligopolio), los cuales concentrarían el 100% del mercado, los riesgos de coordinación para establecer acuerdos, como los prohibidos en el artículo 5 de la Ley, resultan altamente elevados. La estructura *post* operación facilitaría y disminuiría los costos de una comunicación coordinada que conllevaría a posibles intercambios de información estratégica entre competidores directos, estrategias comerciales y establecimiento de tarifas, entre otros; lo que evidentemente disminuirían las condiciones de competencia que se observan actualmente.
8. Que por otra parte, la estructura de mercado *post* operación en la que la empresa concentrada obtendría una participación de mercado de 78% y 76% en los mercados de

televisión por cable e *Internet* respectivamente, podría facilitar la aplicación de prácticas concertadas bajo un esquema de seguimiento al líder, lo cual derivaría en precios similares a los de un mercado monopolizado.

9. Que la consolidación de una alta cuota de mercado (78% en televisión por cable y 76% en servicios de *Internet* en el mercado geográfico de Choluteca) facilitarían al agente resultante la imposición de condiciones en el mercado, sin que los demás agentes económicos puedan contrarrestar dicho poder. Principalmente la imposición de precios que afectarían de manera negativa a los consumidores.
10. Que existe evidencia de que en mercados como los señalados, una alta cuota de participación promueve los comportamientos unilaterales con el objeto de excluir a competidores en esos mercados. Prueba de ello es la sanción impuesta por la Comisión a la empresa Amnet (ahora Millicom Honduras) por abuso de participación notable de mercado en contra de su competidor en la ciudad de San Pedro Sula.
11. Que la relación de información presentada por los notificantes no justifica que las eficiencias son producto necesariamente de la operación de concentración en cuestión, y además, no existe claridad sobre los beneficios directos al mercado y a los usuarios en términos de precios, calidad e innovación que sean capitalizados de forma inmediata y que puedan compensar los efectos adversos que conlleva una concentración de tipo horizontal en el corto plazo. Prueba de lo anterior es que la empresa resultante mantendría los precios actuales de la empresa adquirida, a pesar que la empresa adquirente ya brinda precios más bajos en el mercado de Choluteca.
12. Que las eficiencias argumentadas por los agentes involucrados en la Concentración, particularmente las descritas en los incisos **a)**, **b)**, **d)**, **y e)** del Punto 4 Sobre Eficiencias contenidas en el Acápito V relativo a la valoración de los posibles efectos anticompetitivos derivados de la operación de concentración, pueden ser válidas para el mercado de San Lorenzo, si se toma en consideración que la empresa adquirente no tiene ninguna participación en ese mercado. Sin embargo, no lo son para el mercado de Choluteca, puesto que los usuarios ya tienen esas opciones de oferta a través de la misma empresa Millicom (adquirente) que presta sus servicios actualmente en ese mercado geográfico. El goce de esos beneficios los debiera generar el proceso competitivo, lo que se traduce en una atracción de la clientela mediante un ofrecimiento de mejores precios, y así cambiar las preferencias de los usuarios hacia el proveedor más eficiente. Bajo esta lógica, bastaría que un usuario atraído por mejores precios decida cambiar de proveedor, y así gozar de ese “beneficio”. Por otra parte, las mejoras tecnológicas pueden realizarse mediante inversiones estratégicas individuales y pueden alcanzarse sin necesidad de una operación de compra de activos de un competidor.
13. Que en consecuencia se dificulta cuantificar y establecer con certeza los beneficios en el mediano y largo plazo, y sus efectos en la eficiencia del mercado y en el bienestar del consumidor. Lo anterior pone de manifiesto que las eficiencias argumentadas no compensan los efectos negativos sobre la competencia, derivados de la pretendida

operación de concentración, en relación a los beneficios que obtendría la empresa resultante.

CONSIDERANDO (4): Que el Informe de la Dirección Técnica también se incluyó un acápite final, sobre la solicitud de concentración en cuestión, y se dictaminó la procedencia de una autorización parcial del proyecto de concentración económica a realizarse entre las sociedades **MILLICOM CABLE HONDURAS** (Compradora) y **CATECHO** (Vendedora), en los términos siguientes:

1. Que se autorice el proyecto de concentración presentado en fecha veinte de junio de dos mil once por las sociedades **Millicom Cable Honduras (Adquirente)** y **Cable Televisión de Choluteca S. de R. L. (Vendedora)**, para el mercado de la ciudad de San Lorenzo, Departamento de Valle, ya que en este mercado geográfico, la operación no tiene un efecto que amenace las actuales condiciones de libre competencia, esto es, la sociedad adquirente no está concentrando ninguna cuota de mercado adicional, precisamente, porque no posee ninguna participación en dicho mercado geográfico.
2. Que se prohíba el proyecto de concentración aludido para el mercado de la ciudad de Choluteca, Departamento de Choluteca, por constituirse en una operación que restringe, disminuye, daña e impide la libre competencia. En el Informe se indicaron los hechos y razones asociadas a la operación de concentración para este mercado geográfico específico. Las implicancias y los posibles efectos restrictivos a la libre competencia, que dicha operación provocaría para el mercado de Choluteca.

CONSIDERANDO (5): Que para efectos de dar cumplimiento a la obligación establecida en el artículo 29 del Reglamento de la Ley de Competencia que dice: *“En el acto de formalización ante notario mediante el cual se produzca una concentración de las que requiere autorización previa de conformidad a la Ley, dicho funcionario deberá relacionar la resolución de la Comisión en la que se autoriza la misma”*, los agentes económicos involucrados en dicha operación, informarán a la Comisión el cumplimiento de dicha obligación, para lo cual deberán cumplimentar ante la Secretaría General de la Comisión, la presentación de la copia debidamente autenticada de la correspondiente escritura pública, y las solemnidades que la ley exige para los efectos respectivos.

POR TANTO:

La Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia en el uso de sus atribuciones y en aplicación a lo establecido en los artículos: 1, 80, 82, 331 y 339 de la Constitución de la República; 1, 116, y 122 de la Ley General de la Administración Pública; 1, 2, 3, 4, 8, 9, 11, 12, 13, 16, 19, 45, 52, 53, y demás aplicables de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia; 1, 2, 3 inciso f), 6, 7, 8, 9, 10, 12,

15, 21, 22, 23, 24, 25, 27 párrafo primero, 28, 29, 79 y demás aplicables del Reglamento de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia; 1, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 72, 83, 87, 88 y demás aplicables supletoriamente de la Ley de Procedimiento Administrativo.

RESUELVE:

PRIMERO: Tener por **NOTIFICADO** el proyecto de concentración económica presentado en fecha veinte de junio de 2011, por las sociedades mercantiles: **MILLICOM CABLE HONDURAS S. A. de C. V., (MILLICOM CABLE HONDURAS)** (Compradora) y **CABLE TELEVISION de CHOLUTECA S. de R. L. (CATECHO)** (Vendedora), representadas por el abogado Michael Alexander Rascoff Irías, tal como se acreditó con el respectivo documento de mandato, y consistente en el cambio de control por la adquisición del cien por ciento (100%) de los activos de la sociedad CATECHO, por parte de la sociedad MILLICOM CABLE HONDURAS.

SEGUNDO: AUTORIZAR, parcialmente, el proyecto de concentración presentado en fecha veinte de junio de dos mil once por las sociedades **Millicom Cable Honduras (Adquirente)** y **Cable Televisión de Choluteca S. de R. L. (Vendedora)**, en el sentido de aprobarlo para el mercado de producto: *Servicios de Televisión por Cable (Definición Estándar y Alta Definición) e Internet Fijo*, en el mercado geográfico: Ciudad de San Lorenzo, Departamento de Valle.

TERCERO: PROHIBIR el proyecto de concentración, en el sentido de negar la concentración para el mercado de producto: *Servicios de Televisión por Cable (Definición Estándar y Alta Definición) e Internet Fijo*, en el mercado geográfico: Ciudad de Choluteca, Departamento de Choluteca, ya que de autorizarse dicha operación provocaría restricciones y/o daños a la libre competencia en este mercado geográfico específico.

Se **NOTIFICA** que entre los hechos y razones que han servido de fundamento para advertir y prevenir las restricciones y/o daños a la libre competencia en el mercado de Choluteca, están:

1. Que la operación de concentración entre *Millicom Cable Honduras (Adquirente)* y *Cable Televisión de Choluteca S. de R. L. (Vendedora)* produciría una modificación importante en la configuración del mercado de Televisión por Cable e Internet en el área geográfica de Choluteca. Que de autorizarse la concentración, se estaría promoviendo la presencia de un agente económico que

alcanzaría un aumento de su cuota de participación de mercado estimada en 78% para el mercado de televisión por cable incrementándose el HHI a 8,634.8 puntos, con una variación post operación de 2,653 puntos y de 76% para el mercado de servicios de Internet, incrementándose el HHI a 6,086.3 puntos, con una variación post operación de 2,787 puntos. Este resultado, de acuerdo a los parámetros internacionales utilizados por la Comisión para sus análisis, es suficiente para advertir que la cuota post operación, indica un alto riesgo para restringir, disminuir, anular o limitar significativamente las actuales condiciones de competencia que se observan en el mercado;

2. Que la generalidad de los posibles efectos (unilaterales, coordinados e imposición de barreras a la entrada) que pueden generarse en el mercado geográfico de la ciudad de Choluteca, producto de la operación notificada, la existencia de incentivos para su realización, la facilidad de implementación de los mismos y el considerable número de consumidores presuntamente afectados, están en relación a las participaciones alcanzadas por la empresa adquirente, mismas que fueron descritas en el inciso anterior.
3. Se ha advertido que el mercado de servicios de Televisión por Cable e Internet, presenta altas barreras a la entrada, las que están asociadas principalmente a la inversión en infraestructura y trámites administrativos con los gobiernos locales. Por lo que la existencia de este tipo de barreras levanta fuertes obstáculos para competidores potenciales que deseen ingresar al mercado en el corto plazo. Por su parte, las características que reviste este tipo de barreras incentiva y/o facilita que el agente resultante posea la capacidad de influenciar las condiciones actuales del mercado, en detrimento del proceso de competencia efectiva y sobre todo del bienestar de los consumidores.
4. Que de aprobarse la operación de concentración en ese mercado geográfico, la estructura del mercado se reduciría a solamente dos competidores efectivos, en el caso de televisión por cable (duopolio), y a tres competidores efectivos en el caso de Internet (oligopolio), los cuales concentrarían el 100% del mercado, y los riesgos de coordinación para establecer acuerdos, como los prohibidos en el artículo 5 de la Ley, resultan altamente elevados. La estructura *post* operación facilitaría y disminuiría los costos de una comunicación coordinada que conllevaría a posibles intercambios de información estratégica entre competidores directos, estrategias comerciales y establecimiento de tarifas, entre otros, que evidentemente disminuirían las condiciones de competencia observadas actualmente.
5. Que de aprobarse la concentración, la estructura de mercado *post* operación de la empresa concentrada obtendría una participación de mercado de 78% y 76%

en los mercados de televisión por cable e Internet respectivamente, lo cual podría facilitar la aplicación de prácticas concertadas disfrazadas bajo un esquema de seguimiento al líder, que derivaría en precios similares a los de un mercado monopolizado.

6. Que de aprobarse la operación de concentración la empresa adquirente obtendría una alta cuota de mercado (78% en televisión por cable y 76% en servicios de Internet) que facilitaría al agente resultante la imposición de condiciones en el mercado, sin que los demás agentes económicos puedan contrarrestar dicho poder. Principalmente la imposición de precios que afectarían de manera negativa a los consumidores.
7. Que existe evidencia de que en mercados como los señalados, una alta cuota de participación facilita los comportamientos unilaterales con el objeto de excluir a competidores en esos mercados. Prueba de ello es la sanción impuesta por la Comisión a la empresa Amnet (ahora Millicom Honduras) por abuso de participación notable de mercado en contra de su competidor en la ciudad de San Pedro Sula.
8. Que la valoración de las eficiencias enunciadas por los agentes involucrados en la concentración determinó que las mismas no están asociadas a dicha operación. Los agentes económicos se limitaron a enunciar una lista de supuestas eficiencias o ventajas que se obtendrían con la concentración. Sin embargo, al hacer un examen de cada una de ellas resulta fácil concluir que éstas no tienen relación con la concentración en sí. Prueba de lo anterior es que la empresa resultante mantendría los precios actuales de la empresa adquirida, pese a que la empresa adquirente ya brinda precios más bajos en el mercado de Choluteca.
9. Que la argumentación de eficiencias tales como: **i)** la oportunidad a los usuarios de acceder a nuevos productos; **ii)** mejoras tecnológicas; **iii)** introducción de una guía de canales amplia y legal, y; **iv)** establecimiento de estándares internacionales de servicio y calidad, son beneficios de los cuales el mercado ya tiene opción, puesto que los usuarios tienen acceso a esas condiciones a través de la misma empresa Millicom (adquirente) que presta sus servicios actualmente en esa zona y bastaría que un usuario atraído por mejores precios se cambiara de proveedor para gozar de ese “beneficio”. Por otra parte, las mejoras tecnológicas pueden realizarse mediante inversiones estratégicas individuales y pueden alcanzarse sin necesidad de una operación de compra de activos de un competidor.
10. Que en consecuencia se dificulta cuantificar y establecer con certeza los beneficios en el mediano y largo plazo, y sus efectos en la eficiencia del mercado

y en el bienestar del consumidor. Lo anterior pone de manifiesto que las eficiencias argumentadas no compensan los efectos negativos sobre la competencia, derivados de la pretendida operación de concentración, en relación a los beneficios que obtendría la empresa resultante.

11. Que no se aportó un tan sólo plan de eficiencia que hiciera creíble alguna de las ventajas o supuestas eficiencias que se obtendrían con la concentración. En todo caso, de haberse presentado algún compromiso respecto a las supuestas eficiencias, éste no sería admisible, si no se demostrara que dichas eficiencias estarían asociadas a la concentración. Tampoco existe claridad sobre los beneficios directos al mercado y a los usuarios en términos de precios, calidad, innovación que pudieran ser capitalizables de forma inmediata y que compensaran los efectos adversos que conlleva una concentración de tipo horizontal. La falta de un plan de las supuestas eficiencias presentadas por los agentes económicos involucrados en la concentración, hace prácticamente imposible cuantificar y establecer con certeza los beneficios en el corto, mediano y largo plazo, en el mercado y en el bienestar del consumidor. En ese orden, resulta inviable afirmar que las eficiencias enunciadas compensen los efectos negativos sobre la competencia en contraste con los beneficios que obtendría la empresa adquirente.

CUARTO: Una vez formalizado el acto de la operación de concentración antes relacionada, los agentes económicos involucrados en la solicitud de notificación obligatoria antes descrita, deberán acreditar ante la Secretaría General de la Comisión, la copia debidamente autenticada de la correspondiente escritura pública, en donde conste la formalización del acto, y las solemnidades que la ley exige para los efectos respectivos, en consonancia con lo que establece el artículo 29 del Reglamento de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia.

QUINTO: De conformidad a lo establecido en el artículo 14 de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia, la Comisión se reserva la facultad de aplicar las medidas o sanciones legales que correspondan, cuando la notificación y/o verificación previas del descrito proyecto de concentración, haya sido resuelto favorablemente sobre la base de información falsa proporcionada por los agentes económicos involucrados; sin perjuicio de lo establecido en el artículo 121 de la Ley de Procedimiento Administrativo, relativo a la facultad de revocar o modificar cuando desaparecieren las circunstancias que lo motivaron o sobrevinieren otras que, de haber existido a la sazón, el acto no habría sido dictado. También podrá revocarlo o

modificarlo cuando no fuere oportuno o conveniente a los fines del servicio para el cual se dicta.

SEXO: De conformidad con el artículo 82 del Reglamento de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia, la Comisión dispone que los agentes involucrados en el proyecto de concentración objeto del presente procedimiento, publiquen por su cuenta la presente Resolución, en por lo menos un diario de mayor circulación nacional.

SÉPTIMO: Para los efectos legales correspondientes, instrúyase a la Secretaría General para que proceda a notificar la presente Resolución a los petitionarios, y en el acto de la notificación les haga las prevenciones de ley correspondientes.-

NOTIFÍQUESE. (f) OSCAR LANZA ROSALES. Comisionado Presidente. (f) CARLOS WILFREDO CRUZ MEJÍA. Comisionado Vicepresidente. (f) RUBIN J. AYES PAZ. Comisionada Secretaria Pleno.

OSCAR LANZA ROSALES
Presidente

JUAN ÁNGEL DÍAZ LÓPEZ
Secretario General

RESOLUCIÓN NÚMERO 22-CDPC-AÑO-VI.- COMISIÓN PARA LA DEFENSA Y PROMOCIÓN DE LA COMPETENCIA. SESIÓN DEL PLENO NÚMERO 48-2011.- Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, dieciséis de diciembre de dos mil once.

VISTO: para resolver el Recurso de Reposición interpuesto, en fecha 31 de octubre de 2011, por el Abogado Michael Alexander Rascoff Irías, en su condición de apoderado legal de las Sociedades mercantiles: **MILLICOM CABLE HONDURAS S. A. de C. V., (MILLICOM CABLE HONDURAS)** (Compradora) y **CABLE TELEVISION de CHOLUTECA S. de R. L. (CATECHO)** (Vendedora), debidamente acreditado en autos, contra la Resolución Número **16-CDPC-2011-AÑO- VI.**, emitida por la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (Comisión) en fecha siete de octubre del dos mil once.

CONSIDERANDO (1): Que de conformidad con el procedimiento correspondiente el Pleno de la Comisión resolvió en fecha tres de noviembre de 2011, tener por presentado en tiempo y forma el recurso de reposición antes relacionado y en acto seguido, dispuso que previo a resolver dicho recurso se remitieran la diligencias a la Dirección Técnica, a efecto de que se emitieran él o los dictámenes correspondientes.

CONSIDERANDO (2): Que en fecha uno de Diciembre de 2011 la Dirección Técnica remitió las diligencias a la Secretaría General a efecto de que se le diese el trámite correspondiente al escrito de Personamiento y Manifestación presentada, en fecha 28 de Noviembre del corriente, por el Abogado Samuel Valladares Lagos, actuando en su condición de apoderado legal de las sociedades mercantiles: **MILLICOM CABLE HONDURAS S. A. de C. V., (MILLICOM CABLE HONDURAS)** y **CABLE TELEVISION de CHOLUTECA S. de R. L. (CATECHO)**, escrito y/o petición que mediante providencia resolutoria de fecha dos de Diciembre de 2011, tuvo por personado y presentada la manifestación en el expediente administrativo No. 108-NC-6-2011, procediéndose a agregarla a los antecedentes junto con los documentos acompañados.

CONSIDERANDO (3): Que la unidad consultiva de la Comisión mediante Dictamen del 15 de Diciembre de 2011 destacan que, en fecha 07 de octubre del año 2011, la Comisión emitió la Resolución Número **16-CDPC-2011-AÑO- VI.**, a

propósito de la solicitud de notificación previa obligatoria de la concentración económica, presentada por el peticionario en fecha 20 de junio de 2011, consistente en el cambio de control por la adquisición del cien por ciento (100%) de los activos de la sociedad CATECHO por parte de la sociedad MILLICOM CABLE HONDURAS; y en dicho acto administrativo se resolvió lo siguiente:

1. Tener por *NOTIFICADO* el proyecto de concentración económica presentado en fecha veinte de junio de 2011, por las sociedades mercantiles: MILLICOM CABLE HONDURAS S. A. de C. V., (MILLICOM CABLE HONDURAS) (Compradora) y CABLE TELEVISION de CHOLUTECA S. de R. L. (CATECHO) (Vendedora), representadas por el abogado Michael Alexander Rascoff Irías, tal como se acreditó con el respectivo documento de mandato, y consistente en el cambio de control por la adquisición del cien por ciento (100%) de los activos de la sociedad CATECHO, por parte de la sociedad MILLICOM CABLE HONDURAS.
2. *AUTORIZAR*, parcialmente, el proyecto de concentración presentado en fecha veinte de junio de dos mil once por las sociedades Millicom Cable Honduras (Adquirente) y Cable Televisión de Choluteca S. de R. L. (Vendedora), en el sentido de aprobarlo para el mercado de producto: *Servicios de Televisión por Cable (Definición Estándar y Alta Definición) e Internet Fijo*, en el mercado geográfico: Ciudad de San Lorenzo, Departamento de Valle.
3. *PROHIBIR* el proyecto de concentración, en el sentido de negar la concentración para el mercado de producto: *Servicios de Televisión por Cable (Definición Estándar y Alta Definición) e Internet Fijo*, en el mercado geográfico: Ciudad de Choluteca, Departamento de Choluteca, ya que de autorizarse dicha operación provocaría restricciones y/o daños a la libre competencia en este mercado geográfico específico.

CONSIDERANDO (4): Que consta en autos que la Comisión notificó a los agentes económicos involucrados en la concentración económica, los hechos y razones en que ésta se basó respecto a las restricciones y/o daños a la libre competencia en el mercado de Choluteca, y a los consumidores del mercado geográfico antes relacionado, así:

12. Que la operación de concentración entre *Millicom Cable Honduras (Adquirente)* y *Cable Televisión de Choluteca S. de R. L. (Vendedora)* produciría una modificación importante en la configuración del mercado de Televisión por Cable e Internet en el área geográfica de Choluteca. Que de

autorizarse la concentración, se estaría promoviendo la presencia de un agente económico que alcanzaría un aumento de su cuota de participación de mercado de aproximadamente 78% para el mercado de televisión por cable incrementándose el *Herfindahl Hirschman* (HHI) a 8,634.8 puntos, con una variación post operación de 2,653 puntos y de 76% para el mercado de servicios de Internet, incrementándose el HHI a 6,086.3 puntos, con una variación post operación de 2,787 puntos. Este resultado, de acuerdo a lo parámetros internacionales utilizados por la Comisión para sus análisis, es suficiente para advertir que la cuota post operación, indica un alto riesgo para restringir, disminuir, anular o limitar significativamente las actuales condiciones de competencia que se observan en el mercado;

- 13.** Que la generalidad de los posibles efectos (unilaterales, coordinados e imposición de barreras a la entrada) que pueden generarse en el mercado geográfico de la ciudad de Choluteca, producto de la operación notificada, la existencia de incentivos para su realización, la facilidad de implementación de los mismos y el considerable número de consumidores presuntamente afectados, están en relación a las participaciones alcanzadas por la empresa adquirente, mismas que fueron descritas en el inciso anterior.
- 14.** Se ha advertido que el mercado de servicios de Televisión por Cable e Internet, presenta altas barreras a la entrada, las que están asociadas principalmente a la inversión en infraestructura y trámites administrativos con los gobiernos locales. Por lo que la existencia de este tipo de barreras levanta fuertes obstáculos para competidores potenciales que deseen ingresar al mercado en el corto plazo. Por su parte, las características que reviste este tipo de barreras incentiva y/o facilita que el agente resultante posea la capacidad de influenciar las condiciones actuales del mercado, en detrimento del proceso de competencia efectiva y sobre todo del bienestar de los consumidores.
- 15.** Que de aprobarse la operación de concentración en ese mercado geográfico, la estructura del mercado se reduciría a solamente dos competidores efectivos, en el caso de televisión por cable (duopolio), y a tres competidores efectivos en el caso de Internet (oligopolio), los cuales concentrarían el 100% del mercado, y los riesgos de coordinación para establecer acuerdos, como los prohibidos en el artículo 5 de la Ley, resultan altamente elevados. La estructura *post* operación facilitaría y disminuiría los costos de una comunicación coordinada que conllevaría a posibles intercambios de información estratégica entre competidores directos, estrategias comerciales y establecimiento de tarifas, entre otros, que

evidentemente disminuirían las condiciones de competencia observadas actualmente.

16. Que de aprobarse la concentración, la estructura de mercado *post* operación de la empresa concentrada obtendría una participación de mercado de 78% y 76% en los mercados de televisión por cable e Internet respectivamente, lo cual podría facilitar la aplicación de prácticas concertadas disfrazadas bajo un esquema de seguimiento al líder, que derivaría en precios similares a los de un mercado monopolizado.
17. Que de aprobarse la operación de concentración la empresa adquirente obtendría una alta cuota de mercado (78% en televisión por cable y 76% en servicios de Internet) que facilitaría al agente resultante la imposición de condiciones en el mercado, sin que los demás agentes económicos puedan contrarrestar dicho poder. Principalmente la imposición de precios que afectarían de manera negativa a los consumidores.
18. Que existe evidencia de que en mercados como los señalados, una alta cuota de participación facilita los comportamientos unilaterales con el objeto de excluir a competidores en esos mercados. Prueba de ello es la sanción impuesta por la Comisión a la empresa Amnet (ahora Millicom Honduras) por abuso de participación notable de mercado en contra de su competidor en la ciudad de San Pedro Sula.
19. Que la valoración de las eficiencias enunciadas por los agentes involucrados en la concentración determinó que las mismas no están asociadas a dicha operación. Los agentes económicos se limitaron a enunciar una lista de supuestas eficiencias o ventajas que se obtendrían con la concentración. Sin embargo, al hacer un examen de cada una de ellas resulta fácil concluir que éstas no tienen relación con la concentración en sí. Prueba de lo anterior es que la empresa resultante mantendría los precios actuales de la empresa adquirida, pese a que la empresa adquirente ya brinda precios más bajos en el mercado de Choluteca.
20. Que la argumentación de eficiencias tales como: **i)** la oportunidad a los usuarios de acceder a nuevos productos; **ii)** mejoras tecnológicas; **iii)** introducción de una guía de canales amplia y legal, y; **iv)** establecimiento de estándares internacionales de servicio y calidad, son beneficios de los cuales el mercado ya tiene opción, puesto que los usuarios tienen acceso a esas condiciones a través de la misma empresa Millicom (adquirente) que presta sus servicios actualmente en esa zona y bastaría que un usuario atraído por mejores precios se cambiara de proveedor para gozar de ese “beneficio”. Por otra parte, las mejoras tecnológicas pueden realizarse mediante inversiones estratégicas individuales y

pueden alcanzarse sin necesidad de una operación de compra de activos de un competidor.

21. Que en consecuencia se dificulta cuantificar y establecer con certeza los beneficios en el mediano y largo plazo, y sus efectos en la eficiencia del mercado y en el bienestar del consumidor. Lo anterior pone de manifiesto que las eficiencias argumentadas no compensan los efectos negativos sobre la competencia, derivados de la pretendida operación de concentración, en relación a los beneficios que obtendría la empresa resultante.
22. Que no se aportó un tan sólo plan de eficiencia que hiciera creíble alguna de las ventajas o supuestas eficiencias que se obtendrían con la concentración. En todo caso, de haberse presentado algún compromiso respecto a las supuestas eficiencias, éste no sería admisible, si no se demostrara que dichas eficiencias estarían asociadas a la concentración. Tampoco existe claridad sobre los beneficios directos al mercado y a los usuarios en términos de precios, calidad, innovación que pudieran ser capitalizables de forma inmediata y que compensaran los efectos adversos que conlleva una concentración de tipo horizontal. La falta de un plan de las supuestas eficiencias presentadas por los agentes económicos involucrados en la concentración, hace prácticamente imposible cuantificar y establecer con certeza los beneficios en el corto, mediano y largo plazo, en el mercado y en el bienestar del consumidor. En ese orden, resulta inviable afirmar que las eficiencias enunciadas compensen los efectos negativos sobre la competencia en contraste con los beneficios que obtendría la empresa adquirente.

CONSIDERANDO (5): Que, asimismo, en el escrito de recurso presentado por el apoderado legal de las sociedades mercantiles involucradas en la operación de concentración se expusieron, entre otros argumentos, los siguientes:

1. En respuesta a los primeros hechos y razones notificadas por la Comisión el recurrente insistió con el planteamiento expresado en los escritos acompañados a la solicitud de mérito, para el caso, expuso que las eficiencias y el traslado de beneficios que hacen que la operación de concentración económica notificada den como resultado la no restricción, disminución, detrimento ni impedimento de la libre competencia y en beneficio del consumidor se encuentran acreditadas en el documento denominado Anexo 1, contentivo del detalle sobre las eficiencias económicas y el traslado de beneficios al consumidor final.
2. En relación al tema de barreras de entrada el recurrente expresó que se acompañó a la solicitud de notificación de operación de concentración una lista de operadores de cable que ascienden a la cantidad de 265 entre personas

naturales y jurídicas, entre ellas, 15 son operadoras de cable autorizadas para el Departamento de Choluteca, según datos proporcionados por CONATEL. Asimismo, acotó que la entidad reguladora tiene un plazo de 40 días hábiles para aprobar una solicitud y/o obtener la autorización.

3. Adicionalmente, indicó que la autorización municipal para que la operadora de cable actúe, basta con obtener de ésta la zonificación y se extiende en un término de una semana; respecto del tiempo para la operación se lleva dos días, ya que las compañías de telefonía alámbrica e inalámbrica, cuentan con la infraestructura, y es utilizada para la prestación de servicios de televisión por suscripción e Internet, sin necesidad de permisos de carácter municipal-ambiental a los ya referidos (permiso de operación).

CONSIDERANDO (6): Que en relación a los puntos 4, 5, 6 y 7 descritos en el Resolutivo Tercero de la Resolución Número 16-CDPC-2011-AÑO-VI, y reproducidos en el Segundo Considerando del presente acto, el recurrente expuso lo siguiente:

1. Que no existe intención de levantar barreras de entrada respecto de cualquier agente económico que desee competir en el mercado de Choluteca, ya que con el balance general de los activos de "CATECHO S DE R. L. de C. V". y con la inversión de \$ 850, 000.00 por parte de "MILLICON CABLE HONDURAS S. A. de C. V.", cualquier empresario nacional y/o extranjero lo puede realizar sin restricciones en inversión o de carácter gubernamental.
2. Que existen otros mercados visibles con esquemas duopólico que funcionan y se ha visto que la Comisión no ha encaminado acciones restringiendo la libre competencia, en Honduras, en ese sentido, sostuvo el recurrente, que la presente concentración entre Millicom y Catecho no debe ser vista como si el agente dominante adquiere a la competencia para consolidar su posición de dominio y eliminar a su competidor, siendo Millicom quien adquiere los activos del competidor, que a raíz de la fusión se compromete a brindar mejores tarifas a las ya existentes en el mercado, aportando al consumidor palpables beneficios.
3. Respecto al punto 7 argumentó que la sanción impuesta a Amnet de Honduras, S de R. L. no debe relacionarse con la operación concentración, en el sentido de que Amnet de Honduras es diferente a Millicom Cable Honduras, S. A de C. V, y que en el caso de esta última se han dado muestras de que es socialmente responsable. Lo que se pretende es crecer en la prestación de servicios para brindar mejoras y beneficios a los usuarios lo que se traduce en precios bajos y mejor calidad.
4. Finalmente, respecto a los numerales 8, 9, 10 y 11 descrito en el Segundo Considerando el recurrente, solicitó que se examine el detalle sobre eficiencias

económicas y traslado de beneficios al consumidor final expuesto en los documentos acompañados.

CONSIDERANDO (7): Que el objetivo fundamental que persigue la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia (Ley) es el de promover y proteger el ejercicio de la libre competencia con el fin de procurar el funcionamiento eficiente del mercado y el bienestar del consumidor, y en consecuencia, este objetivo debe reflejarse en todos los procedimientos establecidos en el ordenamiento legal, en particular, en el relativo a las Concentraciones Económicas. De ahí que sea obligación examinar y considerar cualquier compromiso sobre eficiencia económica y bienestar del consumidor, en los términos que se establece en el artículo 9 de la Ley y 6 del Reglamento de la Ley, que en lo conducente dicen lo siguiente: Artículo 9. “... *Se consideran incrementos en la eficiencia económica y bienestar del consumidor, las mejoras en las condiciones de producción, distribución, suministro, comercialización o consumo de bienes o servicios. Quien invoque incrementos en la eficiencia económica y bienestar del consumidor como resultado de sus actos, deberá probar tales supuestos*”.

Por su parte, el artículo 6 del Reglamento de la Ley, dispone que: “*De conformidad con el artículo 9 de la Ley, al evaluar las conductas a que se refiere el artículo 7 de la Ley, la Comisión deberá considerar si hay ganancias en eficiencia económica que se deriven de la práctica bajo análisis que incidan favorablemente en el proceso de competencia, permitiendo a sus participantes integrar sus capacidades productivas, o lograr una mayor eficiencia de la actividad económica, o promover la innovación o fomentar la inversión productiva y que se traduzcan en beneficios a los consumidores, en la actividad respectiva ...*”.

A la luz de estas disposiciones es claro que, en contraste con el poder de mercado o la consolidación de una participación notable de mercado, los agentes económicos involucrados en una operación de concentración, están facultados para proveer información que permita evidenciar o probar las ganancias en eficiencia que trae consigo la concentración económica, y la Comisión, por su parte, deviene en la obligación de considerar la existencia de las mismas, entre otras, las siguientes:

1. Ventajas y beneficios que se estiman produciría la operación de concentración económica para los consumidores en términos de precios, calidad, distribución, tecnología, etc;

2. La obtención de ahorros en recursos que permitan al agente económico, de manera permanente, producir la misma cantidad del bien a menor costo o una mayor cantidad del bien al mismo costo;
3. La obtención de menores costos si se producen dos o más bienes o servicios de manera conjunta que separadamente;
4. La disminución significativa de los gastos administrativos;
5. La innovación y transferencia tecnológica y de información comercial;
6. La disminución del costo de producción o comercialización derivada de la expansión de una red de infraestructura o distribución.

CONSIDERANDO (8): Que en atención a lo expuesto por el recurrente, en relación a los puntos 8, 9, 10, 11, esto es, el relativo al traslado de eficiencias a los consumidores, se constata que como producto de la operación de concentración en el mercado geográfico de Choluteca, se observaría un traslado de eficiencias hacia los usuarios/consumidores, en los términos siguientes:

Servicio	Millicom Choluteca	CATECHO	Propuesta Millicom				
	Año Base 2011	Año Base 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Internet Residencial (US\$)							
128 Kbps	20.00	19.00	14.00	10.00	-	-	-
256 Kbps	27.00	30.00	20.00	14.00	-	-	-
512 Kbps	35.00	38.00	27.00	22.00	-	-	-
Internet Comercial/ Empresarial (US\$)							
1 MB	47.00	55.00	35.00	30.00	-	-	-
2 MB	60.00	n.a.	-	-	-	-	-
3 MB	80.00	n.a.	-	-	-	-	-
4 MB	92.41	n.a.	-	-	-	-	-
Internet Corporativo (US\$)							
1 MB	n.a.	66.00	-	-	-	-	-
Televisión por Cable (US\$)							
Paquete 73 canales	14.25	16.36	-	-	-	-	-
Paquete 93 canales	16.36	n.a.	13.19	12.19	11.69	11.19	10.69

Variación % en los Precios de los Servicios Ofrecidos por Millicom de Acuerdo a la Propuesta que Incluye Traslado de Eficiencias al Consumidor
Variaciones Respecto a los Precios de Millicom en el Año Base

Internet Residencial (US\$) () indica disminución							
128 Kbps			(30.0)	(50.0)			
256 Kbps			(25.9)	(48.1)			
512 Kbps			(22.9)	(37.1)			
Internet Comercial (US\$)							
1 MB			(25.5)	(36.2)			
Televisión por Cable (US\$)							
Paquete 93 canales			(19.4)	(25.5)	(28.5)	(31.6)	(34.6)

Variación % en los Precios de los Servicios Ofrecidos por Millicom de Acuerdo a la Propuesta que Incluye Traslado de Eficiencias al Consumidor
Variaciones Respecto a los Precios de CATECHO en el Año Base

Internet Residencial (US\$)					
128 Kbps		(26.3)	(47.4)		
256 Kbps		(33.3)	(53.3)		
512 Kbps		(28.9)	(42.1)		
Internet Empresarial (US\$)					
1 MB		(36.4)	(45.5)		
Televisión por Cable (US\$)					
Paquete 93 canales		(19.4)	(25.5)	(28.5)	(31.6) (34.6)

Tipo de cambio utilizado L. 18.9537 por 1 US\$

n.a. = no aplica

Fuente: elaboración propia sobre la base de la propuesta presentada por las empresas recurrentes.

Los datos así planteados muestran que con la propuesta de la empresa Millicom de hacer converger los precios de los servicios ofrecidos, esto es, el servicio de Internet y Televisión por Cable, en la ciudad de Choluteca, con los precios de los servicios ofrecidos por la misma empresa en el mercado geográfico de Tegucigalpa, los consumidores de dichos servicios verán reflejado a través del precio que pagan por estos servicios, un traslado de las distintas eficiencias que las empresas involucradas en la operación de concentración obtendrían como producto de la operación en cuestión. Así por ejemplo, los usuarios del servicio de Internet, verán reflejado en el primer año, esto es, el año 2012, una disminución de precios de aproximadamente entre el 23% y 30% según la velocidad contratada con respecto a los precios que pagan actualmente por el servicio ofrecido por la empresa Millicom y de entre el 26% y 36% con respecto a los precios que pagan actualmente los usuarios del servicio de la empresa CATECHO.

En el segundo año, es decir en el año 2013, la reducción del precio varía entre el 36% y 50% con respecto al año base (2011), para el primer caso, y entre el 42% y 53% para el segundo caso.

Por su parte, en el servicio de Televisión por Cable la situación es análoga, se observa una disminución del precio de entre el 19% y 35% durante el período 2012-2016 con respecto a los precios que pagan actualmente los usuarios de ese servicio de la empresa Millicom y de similares disminuciones para los usuarios de la empresa CATECHO, con la salvedad de que los usuarios ahora verán ampliado, por esos mismos precios, el número de canales televisivos de 73 a 93 canales.

En suma, se observa que con la operación de concentración en el mercado de Choluteca existe un traslado efectivo de las eficiencias a los usuarios y/o consumidores, que redundará en mayores beneficios. Éstos se estiman en aproximadamente seis punto siete millones de lempiras (**L. 6.7**) para el año 2012, y siete millones (**L. 7.0**) para el 2013, los que calculados para el período 2012-2016,

sumarían aproximadamente treinta y seis millones (**L. 36.0**), y por ende, en un mayor beneficio social neto.

CONSIDERANDO (9): Que para efectos de hacer efectivo el traslado de beneficios a los usuarios y/o consumidores, se consideraron los datos de las eficiencias derivadas de la operación de concentración, a partir de la referencia del mercado de Internet y Televisión por Cable de la ciudad de Tegucigalpa que disputa la empresa Millicom, convergiendo los precios observados en este mercado con los precios que brindará en el mercado geográfico de la ciudad de Choluteca, eliminándose de esta forma todo riesgo de actuación unilateral que pueda tener la empresa Millicom para fijar precios por encima de los precios que se observarían en competencia. Así, los precios que se observarán en la ciudad de Choluteca serán producto de las relaciones establecidas entre la oferta y la demanda de un mercado más disputado como lo es el de Tegucigalpa.

CONSIDERANDO (10): Que como producto de una mayor competencia en el mercado y sin perjuicio de las ganancias en eficiencia adicionales que puedan observarse en un mercado de referencia como el de Tegucigalpa, resulta pertinente considerar que, si bien es cierto los precios de los servicios de *Internet* estaría convergiendo en Choluteca con respecto a los de Tegucigalpa hasta en el año 2013, también lo es, que en el año 2012 no se estaría reflejando en forma inmediata el precio de eficiencia observado en el mercado de Tegucigalpa, en ese sentido, es razonable esperar que esas ganancias y/o excedentes que no fueron trasladadas en forma inmediata, se hagan efectivas a los usuarios, en forma diferida, en el período posterior al año 2013, vale decir, en el comprendido del 2014 al 2016, tal como se observa en la tabla siguiente:

Servicio	Millicom Choluteca	CATECHO	Nuevos precios derivados de la operación de concentración				
	Año Base 2011	Año Base 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Internet Residencial (US\$)							
128 Kbps	20.00	19.00	14.00	10.00	9.00	8.00	7.00
256 Kbps	27.00	30.00	20.00	14.00	13.00	12.00	11.00
512 Kbps	35.00	38.00	27.00	22.00	21.00	20.00	19.00
Internet Comercial/ Empresarial (US\$)							
1 MB	47.00	55.00	35.00	30.00	29.00	28.00	27.00
2 MB	60.00	n.a.	cpt	cpt	cpt	cpt	cpt
3 MB	80.00	n.a.	cpt	cpt	cpt	cpt	cpt
4 MB	92.41	n.a.	cpt	cpt	cpt	cpt	cpt
Televisión por Cable (US\$)							
Paquete 73 canales	14.25	16.36	-	-	-	-	-
Paquete 93 canales	16.36	n.a.	13.19	12.19	11.69	11.19	10.69

Cpt: Convergencia en precio con Tegucigalpa.

Por otra parte, y a efecto de que haya congruencia entre las ganancias en eficiencia y la operación de concentración a autorizarse, también resulta razonable considerar que los precios de los servicios de *Internet* de 2, 3 y 4 MB deben converger con los precios de esos servicios ofrecidos en la ciudad de Tegucigalpa.

Asimismo, las empresas involucradas en la operación, en este caso, Millicom debe seguir ofreciendo el paquete de 73 canales en el servicio de Televisión por Cable, a un precio significativamente menor al ofrecido para el paquete de 93 canales.

CONSIDERANDO (11): Que es pertinente enfatizar sobre los incrementos en la eficiencia económica que se alcanzarán con esta operación de concentración y el bienestar de los usuarios y/o consumidores, en el sentido de que se compensa el efecto negativo que pudiera provocarse al proceso de libre competencia. Se estima un monto de treinta y seis millones de lempiras para el período 2012-2016 en términos de beneficio hacia los usuarios y/o consumidores de la Ciudad de Choluteca.

Es evidente que, si bien es cierto se provoca un cambio en la estructura de mercado de dicho espacio geográfico, también lo es, el hecho de que mediante una verificación previa y un análisis sobre los efectos al proceso de libre competencia, se logra hacer efectivo el traslado de dichas eficiencias hacia los usuarios y/o consumidores de Choluteca.

En suma, resulta válido afirmar que la autorización de esta concentración económica se constituye en un ejemplo específico, de cómo alcanzar un bienestar significativo hacia los usuarios y/o consumidores, a raíz de una verificación previa y el análisis de una operación de concentración, en función de objetivos relacionados con la promoción y protección del ejercicio de la libre competencia.

POR TANTO:

La Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia, en uso de sus atribuciones y en aplicación a lo establecido en los artículos: 1, 80, 82, 331, 333, 339 de la Constitución de la República; 1, 116, y 122 de la Ley General de la Administración Pública; 1, 2, 3, 4, 11, 13, 14, 16, 18, 19, 34, 45, 59 y demás aplicables de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia; 1, 2, 3, 6, 9, 12, 13, 14, 28, y demás aplicables del Reglamento de la Ley; 1, 22, 23, 24, 25, 26,

27, 68, 72, 87, 88 párrafo primero, 121, 130, 131, 135, 137, 138 y demás artículos de la Ley de Procedimiento Administrativo aplicables supletoriamente.

RESUELVE:

PRIMERO: DECLARAR CON LUGAR el Recurso de Reposición interpuesto por los apoderados legales de MILLICOM CABLE HONDURAS S. A. de C. V., (MILLICOM CABLE HONDURAS) y CABLE TELEVISION de CHOLUTECA S. de R. L. (CATECHO), en consecuencia, procédase a **REVOCAR** el TERCER RESOLUTIVO de la Resolución No. 16-CDPC-2011-AÑO- VI., emitida en fecha 07 de octubre de 2011, en el sentido de dejar sin valor y efecto la disposición de *PROHIBIR* el proyecto de concentración, por el que se denegó la operación de concentración para el mercado de producto: *Servicios de Televisión por Cable (Definición Estándar y Alta Definición) e Internet Fijo*, en el mercado geográfico: Ciudad de Choluteca, Departamento de Choluteca.

SEGUNDO: Que se **AUTORICE** la operación de concentración para el mercado de producto: *Servicios de Televisión por Cable (Definición Estándar y Alta Definición) e Internet Fijo*, en el mercado geográfico: Ciudad de Choluteca, Departamento de Choluteca, **en forma condicionada**, a efecto de evitar posibles riesgos que entraña esta operación de concentración, en consecuencia, el agente económico notificado deviene **OBLIGADO** a observar y cumplir, entre otras, las advertencias y/o medidas siguientes:

1. En relación a los Efectos Unilaterales y/o Coordinados derivados de la operación de concentración, el agente notificado deberá cumplir con lo siguiente:
 - a) Abstenerse de realizar prácticas anticompetitivas prohibidas por su naturaleza y según su efecto;
 - b) Abstenerse de efectuar subsidios cruzados u otras conductas similares;
 - c) Abstenerse de realizar cualquier negativa de trato hacia terceros, si ninguna justificación económica, y cuyo propósito sea o tenga como efecto eliminar la competencia.

2. En relación al traslado de las eficiencias en precios, sin perjuicio de las ganancias en eficiencia adicionales que puedan observarse en un mercado de referencia como el de Tegucigalpa, se aplicará la nueva estructura de precios derivada de la operación de concentración para el período 2012-2016, tanto para los usuarios actuales de MILLICOM CABLE HONDURAS y CATECHO, así como a los

usuarios y/o consumidores futuros, de conformidad con lo descrito en el cuadro siguiente:

Servicio	Millicom Choluteca	CATECHO	Nuevos precios derivados de la operación de concentración				
	Año Base 2011	Año Base 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Internet Residencial (US\$)							
128 Kbps	20.00	19.00	14.00	10.00	9.00	8.00	7.00
256 Kbps	27.00	30.00	20.00	14.00	13.00	12.00	11.00
512 Kbps	35.00	38.00	27.00	22.00	21.00	20.00	19.00
Internet Comercial/ Empresarial (US\$)							
1 MB	47.00	55.00	35.00	30.00	29.00	28.00	27.00
2 MB	60.00	n.a.	cpt	cpt	cpt	cpt	cpt
3 MB	80.00	n.a.	cpt	cpt	cpt	cpt	cpt
4 MB	92.41	n.a.	cpt	cpt	cpt	cpt	cpt
Televisión por Cable (US\$)							
Paquete 73 canales	14.25	16.36	-	-	-	-	-
Paquete 93 canales	16.36	n.a.	13.19	12.19	11.69	11.19	10.69

Cpt: Convergencia en precio con Tegucigalpa.

A efecto de que haya congruencia entre las ganancias en eficiencia y la operación de concentración, también resulta razonable considerar que:

- a) Los precios de los servicios de *Internet* de 2, 3 y 4 MB deben converger para el período 2012-2016, con los precios de esos servicios ofrecidos en la ciudad de Tegucigalpa.
 - b) Se refleje un traslado de eficiencias respecto al paquete de 73 canales en el servicio de Televisión por Cable, en el sentido de que se observe un precio significativamente menor al ofrecido para el paquete de 93 canales.
3. Informar, a partir de la notificación de la presente resolución a todos los usuarios y/o consumidores sobre el traslado de eficiencias en precio, calidad y servicio derivados de la operación de concentración entre MILLICOM CABLE HONDURAS y CATECHO. Esta obligación de informar a los usuarios y/o consumidores deberá hacerse en forma inmediata, clara y precisa por los medios pertinentes.
 4. Informar, ante esta Comisión, mediante los informes correspondientes sobre la obligación de trasladar las eficiencias hacia los usuarios en los términos arriba indicados. Para tales efectos deberán rendirse dichos informes en forma anual en el período comprendido 2012-2016.

TERCERO: CONFIRMAR la Resolución Número 16-CDPC-2011-AÑO- VI., emitida por la Comisión en fecha 07 de octubre de 2011, exceptuando el Tercer Resolutivo que se revoca mediante la presente Resolución.

CUARTO: Para los efectos legales correspondientes, se instruye a la Secretaría General para que proceda a notificar la presente Resolución a los peticionarios, indicándose en la notificación que el presente acto pone fin a la vía administrativa, y el que luego de que adquiriera el carácter de firme procedase de conformidad con lo resuelto.- **NOTIFÍQUESE. (F) OSCAR LANZA ROSALES. Presidente. (F) CARLOS WILFREDO CRUZ MEJÍA. Comisionado Vicepresidente. (f) RUBIN J. AYEZ PAZ. Comisionada Secretaria Pleno.**

OSCAR LANZA ROSALES
Presidente

JUAN ÁNGEL DÍAZ LÓPEZ
Secretario General