

RESOLUCIÓN NÚMERO 016-2009 COMISION PARA LA DEFENSA Y PROMOCION DE LA COMPETENCIA.- SESIÓN ORDINARIA DEL PLENO NÚMERO 30-2009.- Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, veintiuno de agosto del año dos mil nueve.

VISTO: Para resolver el expediente No. 055-NC-7-2008, contentivo de la solicitud de Notificación de Concentración Económica, consistente en el cambio de control mediante la adquisición de partes sociales y acciones, presentada por los Abogados Carlos H. López Luna y Oscar Armando Melara Facussé, accionando el primero en su condición de apoderado legal de las sociedades mercantiles MILLICOM CABLE N.V., entidad jurídica constituida de conformidad con las leyes de las Antillas Holandesas, e inscrita bajo el número 80412 del Registro Comercial de la Cámara de Comercio e Industria de Curacao, según consta en el Registro Comercial de Curacao; y el segundo, accionando en su condición de apoderado legal de las sociedades CENTRAL AMERICAN CAPITAL GROUP INC., entidad jurídica constituida de conformidad con las leyes de la República de Panamá, e inscrita bajo ficha número 503811, documento número 842930 del Registro Público, Sección Mercantil de Panamá, según consta en el Registro Público de Panamá; y CABLE INVESTMENTS GROUP LTD., entidad jurídica constituida de conformidad con las leyes de las Islas Bermudas, registrada bajo el número 39948, del Registro Público de Compañías de las Islas de las Bermudas, según consta en el Registro Público de las Islas Bermudas; representaciones que se acreditan mediante los documentos contentivos de Poderes Especiales debidamente certificados y apostillados, respectivamente.

CONSIDERANDO (1): Que los Abogados Carlos H. López Luna y Oscar Armando Melara Facussé, accionando en sus condiciones ya indicadas en el preámbulo de esta Resolución, comparecieron ante esta Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia (en adelante la Comisión), a efecto de realizar la Notificación de la Concentración Económica por efecto de cambio de control total de administración mediante la adquisición de partes sociales y acciones, y en cumplimiento a lo que disponen los artículos 13, 16, 52 y 53 de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia (en adelante la Ley de Competencia) y 13 de su Reglamento.

CONSIDERANDO (2): Que en efecto de conformidad con lo relacionado en el considerando anterior, relativo a la solicitud de notificación previa obligatoria del proyecto de concentración económica, esta operación consiste en el cambio de control total de la administración de la empresa AMNET TELECOMUNICATIONS HOLDING Ltd., empresa de la que son subsidiarias las sociedades mercantiles AMNET DE HONDURAS S. de R. L., y NEWCOM HONDURAS S. A., ambas domiciliadas en el territorio hondureño, transacción que se realizará mediante la adquisición de la totalidad de las partes sociales y/o acciones que las sociedades CENTRAL AMERICAN CAPITAL GROUP y CA CABLE INVESTMENT GROUP Ltd, tienen suscritas en AMNET TELECOMUNICATIONS HOLDING Ltd., empresa de la que

son subsidiarias las sociedades mercantiles AMNET DE HONDURAS S. de R. L., y NEWCOM HONDURAS S. A., ambas domiciliadas en el territorio hondureño, por parte de la sociedad MILLICOM CABLE N. V., perteneciente al grupo MILLICON INTERNACIONAL CELULAR S. A., empresa con presencia en el territorio nacional a través de sus subsidiarias TELEFONICA CELULAR S. A. de C. V., y METRO RED S. A. (NAVEGA HONDURAS).

CONSIDERANDO (3): Que la Comisión, de conformidad con lo que establecen los artículos 15 y 22 de su Reglamento de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia, en relación con el artículo 52 del citado cuerpo legal, con basamento en las facultades por ley atribuidas, y en consonancia con los requerimientos previos emitidos por las Direcciones Económica y Legal, profirió providencias de fecha cuatro (04) de Agosto, cinco (05) de Septiembre y quince (15) de Octubre, todas del año dos mil ocho (2008); diecinueve (19) Enero, nueve (09) de Marzo y Resolución número 07-CDPC-2009-AÑO-IV, de fecha veintidós (22) de Mayo, todas del año dos mil nueve (2009), actos administrativos mediante los cuales se ordenó requerir a los comparecientes a efecto que, dentro de lo señalado para tal efecto, procediese a proveer de información y documentación adicional, requerimientos que fueron cumplimentados por el compareciente, mediante la presentación de los escritos de fecha cuatro (04), veintinueve (29) de Septiembre, y dieciocho (18) de Diciembre, todas del año dos mil ocho (2008); y escritos de fecha dieciséis (16) de Enero, cinco (05) de febrero y treinta (30) de marzo, todas del año dos mil nueve (2009), actuaciones que obran a folios número Quinientos Cuarenta y Seis (546), Seiscientos Ochenta y Cinco (685) y Ochocientos Dos (802) al Ochocientos Cinco (805), Novecientos Noventa y Uno (991), Un Mil Setenta y Uno (1071) y Un Mil Ochenta y Siete (1087), de los presentes autos.

CONSIDERANDO (4): Que en cumplimiento a lo ordenado por la Comisión, mediante proveído de fecha doce (12) de Junio del año dos mil nueve (2009), la Dirección Económica de conformidad a la información y documentación, tanto la proporcionada como la requerida a los comparecientes, emitió el dictamen Número DE-005-2009, de fecha veintiuno (21) de Julio del año dos mil nueve (2009), en el que se destaca lo siguiente:

I. 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.

Millicon Cable N.V. adquirió las actividades comerciales de venta y servicios de la sociedad target Amnet Telecommunications Holding, Ltd., con influencia en el mercado hondureño, las cuales se refieren en esencia a televisión por cable, telefonía fija e Internet banda ancha.

El siguiente cuadro resume las actividades corporativas de las empresas domiciliadas en el territorio hondureño afectadas por la operación de concentración notificada.

Actividad Económica	Empresas actuales en el grupo		Nuevas Empresas en el grupo	
	Celtel	Navega Honduras	Amnet Honduras	Newcom Honduras
Telefonía Fija	X		X	X
Telefonía Móvil	X			
Televisión por Cable			X	
Servicios de Transmisión de Datos – Conectividad Banda Ancha	X	X		X

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

En ese sentido y en vista del traslape o superposición de mercados en los que participa en el mercado hondureño la sociedad adquirente a través de sus subsidiarias, se puede concluir que *el mercado relevante de producto o servicio* en el que debe ser analizada la presente concentración es *el mercado de Telefonía Fija y Servicios de Transmisión de Datos-Internet Banda Ancha*, por cuanto, es en dichos mercados en donde la concentración puede producir efectos, es decir en donde se puede ver afectada la dinámica de la competencia efectiva.

a) Telefonía Fija

El servicio telefónico en general abarca todas las actividades destinadas a prestar servicios de comunicación de voz entre los usuarios de terminales telefónicos conectados a los Puntos de Terminación de Red (PTR) de la Red Telefónica con unos estándares de calidad mínimos, identificando cada terminal con un número telefónico.

El servicio de telefonía fija disponible al público consiste en la explotación comercial para el público del transporte directo y de la conmutación de la voz en tiempo real con origen en un terminal conectado a una red pública conmutada de telecomunicaciones de carácter fijo y destino en un terminal conectado a una red pública de telecomunicaciones de carácter fijo o móvil. Dicho servicio permite al usuario realizar o recibir llamadas y establecer comunicaciones de voz (también fax y datos mediante utilización de módems) entre dos o más puntos cualesquiera de la red telefónica nacional o internacional. Para ello es necesario un punto de acceso a la red telefónica conmutada (punto de conexión a la red, también llamado Punto de Terminación de Red), al que se conectan mediante una línea telefónica, ya sea alámbrica o inalámbrica.

El Reglamento de la Ley Marco del Sector de las Telecomunicaciones define la Telefonía como aquel servicio que utilizando los números del Plan Nacional de Numeración, permite a los Usuarios llevar a cabo una conversación oral bidireccional entre dos o más terminales fijos, en tiempo real a través de una Red Telefónica Pública Conmutada, y por medio de Interconexión con otras Redes de Telecomunicaciones, entre dichas terminales fijos y otros terminales fijos y móviles servidas por estas Redes de Telecomunicaciones. Este servicio se presta en base a terminales fijos, facilidades alámbricas o inalámbricas y el uso de diversas tecnologías.

Sustituibilidad

La industria de la telecomunicación en el mundo se está transformando. Los cambios tecnológicos y el desarrollo de nuevos servicios están afectando los principales negocios de los operadores de telecomunicaciones. Si bien es cierto, la transmisión de voz sigue siendo la fuerza dominante en los principales mercados de telecomunicaciones, los servicios entregados y la estructura de los ingresos en el sector están evolucionando.

En lo que se refiere a tráfico de voz, probablemente la telefonía móvil y la Voz sobre Protocolo de Internet (VoIP) si constituyan un buen sustituto técnico de la telefonía fija, en el

sentido que es posible completar una comunicación de voz con condiciones relativamente similares a la telefonía.

Sobre la base de datos de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) a diciembre de 2008, se estima que los suscriptores móviles superan a los fijos en una proporción de siete a uno. Al mismo tiempo, las tecnologías como Voz sobre Protocolo de Internet (VoIP) están ejerciendo una fuerte presión a la baja sobre los precios de los servicios de transmisión de voz (telefonía de larga distancia). El efecto de la VoIP es manifiesto al observar los precios de las llamadas internacionales en líneas fijas.

El teléfono fijo, a nivel residencial, usualmente está relacionado a un grupo de personas y no a un único individuo. Ello implica, que a diferencia del móvil, el teléfono fijo al permanecer en un hogar permite a una familia o a un conjunto de habitantes del mismo realizar y recibir llamadas, prestando servicios a un conjunto de personas al mismo tiempo y no sólo a una. De ahí que éste sea un importante atributo o característica propia de la telefonía fija.

Al momento de analizar el potencial sustitutivo de la VoIP sobre la telefonía fija es fundamental analizar el grado de penetración que tenga la banda ancha. Al menos en estos momentos, la VoIP no puede ser considerada como parte del mismo mercado, por lo que resulta difícil justificar que la sustitución telefonía fija-VoIP sea una opción real en nuestro país en la actualidad.

La sustitución telefonía fija-móvil debe ser medida en términos de minutos hablados y no de líneas de telefonía fija en servicio o de teléfonos móviles en circulación. Lo anterior debido a que el consumo se expresa en minutos y la verdadera decisión de los consumidores es la de cuántos minutos consumir. De otro modo, se podría llegar al extremo de que, por ejemplo, las compañías de telefonía móvil regalen los aparatos y a partir de ello se considere que hay muchos teléfonos móviles en circulación y que por lo tanto, ha aumentado la sustitución entre la telefonía fija y la telefonía móvil. Asimismo, y relacionado con lo anterior, la mayoría de los teléfonos móviles están sujetos al sistema de prepago (según datos de CONATEL existían a diciembre de 2008; 5.9 millones de usuarios pre pago que equivalen al 96% de los 6.1 millones de usuarios de telefonía móvil en total), en los cuales la cantidad de los minutos llamados de salida promedio es más baja a la cantidad de los minutos llamados de salida promedio de los teléfonos de la red fija.

Así, la variable adecuada para medir sustitución entre ambas telefonías es la cantidad de minutos hablados a través de ellas. La sustitución entre la telefonía fija y la telefonía móvil, en términos de la cantidad de minutos hablados, está actualmente a distancia de la sustitución que podría inferirse de la simple comparación del número de líneas fijas con el número de aparatos móviles. El siguiente cuadro muestra que el tráfico efectivo por línea fija supera en más de 3 veces el tráfico efectivo por línea móvil.

**Tráfico Promedio por Línea
Minutos Efectivos
Acumulado Diciembre 2008**

Tipo de Telefonía	Tráfico en Minutos	Usuarios	Trafico Efectivo (Min/Usuario)
Fija (Nacional)	2,000,191,090	825,769	2,422.2
Móvil (Nacional)	4,934,349,104	6,131,984	804.7

Fuente: Elaboración Propia con Datos de CONATEL

La evidencia empírica confirma la baja sustituibilidad que presenta actualmente la telefonía móvil con la telefonía fija. Una conclusión relativamente común de los estudios empíricos conocidos, es que la telefonía fija y la telefonía móvil son más bien complementos durante la primera fase de expansión de la telefonía móvil y una vez que la penetración de la telefonía móvil es alta y sus precios han bajado considerablemente a niveles similares a los de la telefonía fija al menos en el servicio de voz, pueden empezar a tener algún efecto sustitución. Sin embargo, esta sustitución no pasa de ser débil, incluso en países en que la penetración de la telefonía fija y de la telefonía móvil es alta. Sin embargo, en aquellas áreas geográficas que no gozan de cobertura de telefonía fija, la sustitución es obligada por condiciones de oferta (la telefonía móvil posee una mayor cobertura nacional).

En ese sentido, la Comisión determinó, en anteriores precedentes (Resolución emitida en el expediente No. 017-D-3-2007), que la telefonía fija y la telefonía móvil no eran sustitutas entre sí, sino más bien complementarias.

Por lo tanto, ni la telefonía móvil ni la VoIP se consideran, al menos en el horizonte temporal en el que se enmarca el presente análisis de concentración, como sustitutos de la telefonía fija, por lo que, *el mercado producto o servicio relevante para el presente caso se define como telefonía fija.*

b) Transmisión de Datos - Conectividad Banda Ancha

La banda ancha está convirtiéndose rápidamente en la tecnología dominante para acceso a Internet en todo el mundo; en el área de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) el 60% de sus 256 millones de suscriptores a la red ya tienen conexión de banda ancha (Datos presentados en el informe Análisis de las Condiciones de Competencia en el Mercado de la Telefonía Local, Chile agosto 2008). Los nuevos ingresos por banda ancha han ayudado a los operadores de telefonía a compensar las disminuciones en los ingresos por transmisión de voz.

La Banda Ancha se refiere a una conexión de gran capacidad, a través de la cual se pueden ofrecer y recibir servicios avanzados de telecomunicaciones como:

- Acceso a Internet de alta velocidad
- Telefonía Digital
- Servicios avanzados de televisión

Es así como en la actualidad se observa una tendencia común a que los operadores comercialicen un servicio múltiple de video, telefonía y transmisión de datos para conservar a sus suscriptores, además de integrar nuevos servicios que generen ingresos.

Los usuarios pueden suscribirse al servicio múltiple mediante diversas plataformas, puesto que los operadores de mercados anteriormente bien diferenciados, han empezado a competir. Por lo tanto, los proveedores de televisión por cable usualmente ofrecen transmisión de datos y de voz, mientras que las compañías de telefonía celular complementan su oferta con paquetes de transmisión de datos y video, y los proveedores de telecomunicación tradicional mediante sus redes ofrecen servicios múltiples similares, aunque en el caso particular de Honduras el operador incumbente no ha desarrollado totalmente los servicios de televisión por cable e Internet.

Quizás la principal implicancia del cambio que está sufriendo la industria es que la banda ancha se está convirtiendo rápidamente en el principal medio para la prestación de servicios, tanto en redes alámbricas como inalámbricas. La industria de las telecomunicaciones ha sido durante mucho tiempo una industria segmentada, con diferentes redes de prestación de diferentes servicios. De esta forma, la transición desde la conmutación de circuitos a una red basada en paquetes de datos no ha sido fácil y ha cambiado radicalmente este escenario.

En definitiva, Internet ha terminado con estos segmentos. Lo que queda es una plataforma de banda ancha de datos que es capaz de soportar una amplia gama de servicios de telecomunicaciones. Es importante considerar que a los consumidores los beneficia el hecho que se desmantelen las barreras tecnológicas entre los mercados, ya que eso les permite poder elegir servicios similares y sustituibles entre varios proveedores. Sin embargo, al mismo tiempo, la eliminación de estas barreras obliga a un análisis más allá de los mercados específicos y realizar un análisis de todos los mercados relacionados.

El incremento de las líneas de banda ancha comercializadas por los operadores ha afectado en la forma en que se compite también en los servicios telefónicos tradicionales. Así, los operadores han optado por el empaquetamiento de los servicios de banda ancha con el servicio telefónico ("doble play") y con la televisión ("triple play").

Es importante señalar que el término "banda ancha" es típicamente asociado con conexiones de cable de Internet de alta velocidad mediante redes fijas físicas (pares de cobre, cable coaxial, fibra óptica u otros). Sin embargo, en el último año los proveedores de servicios móviles han comenzado a ofrecer servicios de banda ancha de alta velocidad (sobre 256 kbit de bajada) a lo largo de sus redes inalámbricas. En la actualidad en Honduras existen tres operadores de telefonía móvil que ofrecen ya servicios de conexión de datos de tercera generación (3G y 3.5G).

La mayoría de las grandes empresas de telecomunicaciones en el mundo ofrecen una amplia gama de servicios de valor agregado sobre sus redes alámbricas o inalámbricas, concentrándose cada vez menos en los ingresos de las conexiones. Consideran que el servicio de voz es un *commodity*, reconociendo la necesidad de encontrar nuevas fuentes de ingresos para reemplazarla. Esta tendencia considera que el valor del negocio está en el suministro de la red y del contenido que pasa a través de ellas.

Por el contrario, ha existido el debate de que algunos operadores de telecomunicaciones puedan decidir la estructura de sus activos de la empresa de una forma que les permita concentrarse en los ingresos derivados de la oferta de conectividad de datos por línea fija o por la infraestructura inalámbrica.

Estos negocios ven a la firma como una empresa de medios de comunicación. Esta visión se basa en la creencia de que existe un inmenso valor en el desarrollo de redes de alta capacidad, que permitan transportar una gran cantidad de contenido hacia terceros, y concentrar la energía de la empresa en entregar eficientemente los servicios de datos. Estos diferentes puntos de vista sobre el futuro del mercado de las telecomunicaciones, llevará a las firmas por diferentes caminos en relación a la inversión y gestión.

Sustituibilidad

La evidencia empírica a nivel internacional concluye que de momento los servicios de banda ancha a través del 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 más conceptual del término: precio siempre fijo con independencia del uso que del mismo haga el usuario final. En este sentido, 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 telefonía móvil posee una mayor cobertura nacional).

El segundo mercado producto o servicio relevante identificado en el presente caso se define como el *servicio de acceso a Internet Banda Ancha*, el cual desde la perspectiva de las características de la demanda (volumen, uso) se puede separar en *Internet Banda Ancha Residencial* e *Internet Banda Ancha Corporativo*.

2. MERCADO GEOGRÁFICO

En el caso de la dimensión geográfica, la cuestión central es determinar si el área afectada por la conducta investigada recibe una competencia insuficiente de otras áreas geográficas, de manera tal que a un hipotético monopolista de aquel 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 un hipotético monopolista le resultara rentable aplicar el mencionado incremento de precios en el área afectada por la operación, entonces ese es el mercado geográfico en el marco del cual se analizará dicha operación. Si la anterior respuesta fuere negativa, entonces deberá ampliarse el área geográfica hasta que la respuesta a la pregunta resulte afirmativa.

Los operadores de servicios de telecomunicaciones únicamente pueden prestar los servicios de referencia en el área en que tengan cobertura, lo que viene determinado por su estrategia de despliegue de red. En ese sentido, toma relevancia el hecho de que existan inversiones importantes en redes de acceso en determinadas zonas geográficas, en especial las urbanas, lo cual haría congruente una definición de mercados locales, dado que los operadores regionales pueden afectar las condiciones de competencia en el área donde operan.

Lo anterior enmarca el análisis de los mercados relevantes previamente definidos a un nivel local; sin embargo, las circunstancias particulares de estos mercados en las que: i) los operadores no afrontan ningún tipo de barrera que les impida la prestación de servicios en otras áreas, dentro del territorio nacional, adicionales a aquellas en que tienen cobertura, sea por despliegue de red propia o mediante acuerdos con terceros; ii) los permisos de operación son de ámbito nacional; y iii) la información disponible está limitada a un nivel nacional, el mercado geográfico en el que será analizado el presente caso en particular es uno más amplio que a un nivel local.

En ese sentido, *el mercado relevante geográfico* en el que debe ser analizada la presente concentración es *el mercado nacional*, por cuanto la dimensión geográfica de los mercados de servicio relevante previamente identificados, es aquella zona cubierta por la red del operador que presta los servicios objeto de análisis, es decir, el mercado geográfico es nacional ya que no se han detectado ámbitos inferiores al nacional en que las condiciones de competencia aplicables a los servicios descritos sean suficientemente distintas respecto al resto del territorio nacional.

II. 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 Herfindhal Hirschman.

El Índice de Herfindahl-Hirschmann es una herramienta utilizada para la medición de la concentración de un mercado; 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 monopólico).

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 cuando 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 previamente poco concentrados y variaciones superiores a 50 puntos en mercados previamente concentrados, son motivos de preocupación desde el punto de vista de la competencia.

HHI	Incremento	Recomendación de los Lineamientos de Fusiones del Dpto. de Justicia EE.UU.
Menos de 1000 puntos	-	Debe ser aprobada
Entre 1000 y 1800 puntos	Menos de 100 puntos	Debe ser aprobada
Entre 1000 y 1800 puntos	Más de 100 puntos	Concentración moderada, debe ser evaluada
Más de 1800 puntos	Menos de 50 puntos	Debe ser aprobada
Más de 1800 puntos	Más de 50 puntos	Concentración alta, con alta posibilidad de ser aprobada
Más de 1800 puntos	Más de 100 puntos	Altamente concentrada, debe ser evaluada

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:

- Si el índice HH post fusión es menor a 1000,

- Si $1000 < HHI < 1800$ (el valor de este índice refleja un mercado moderadamente concentrado) y $\Delta HHI < 100$, Y
- Si $HHI > 1800$ (el valor de este índice refleja un mercado altamente concentrado) y $\Delta HHI < 50$.

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:

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

a) **Telefonía Fija**

Según los datos publicados por CONATEL en su página Web (www.conatel.hn), a diciembre de 2008 existía en el mercado de la telefonía fija un Operador autorizado y 68 Sub-Operadores autorizados para ejercer la actividad de comercialización de los servicios públicos de telecomunicaciones autorizados al operador, de los cuales no todos se encuentran activos.

Considerando las distintas tecnologías (cobre, fibra óptica e inalámbrica, que son sustitutas entre sí) para prestar el servicio de telefonía fija y el tipo de licencia (operador o sub-operador) existen actualmente 21 empresas que prestan el servicio de telefonía fija.

**Variación del Índice de Concentración Herfindhal-Hirschman e Índice de Dominancia
Telefonía Fija
Diciembre-2008**

No.	Empresa	Usuarios	Ex-Ante			Ex-Post		
			Participación	HHI	ID	Participación	HHI	ID
1	Hondutel	528,877	64.0	4,102.0	8,321.0	64.0	4,102.0	8,280.7
2	Multifon	136,949	16.6	275.0	37.4	16.6	275.0	37.2
3	Celstel (Adquirente)	72,439	8.8	77.0	2.9	9.4	88.1	3.8
4	Comunitel	52,156	6.3	39.9	0.8	6.3	39.9	0.8
5	Sercom	9,799	1.2	1.4	0.0	1.2	1.4	0.0
6	Sulatel	4,834	0.6	0.3	0.0	0.6	0.3	0.0
7	Teléfonos de Honduras	4,685	0.6	0.3	0.0	0.6	0.3	0.0
8	Amnet (Adquirida)	3,009	0.4	0.1	0.0	-	-	-
9	Inteldata	2,728	0.3	0.1	0.0	0.3	0.1	0.0
10	Americatel	2,491	0.3	0.1	0.0	0.3	0.1	0.0
11	Newcom (Adquirida)	2,053	0.2	0.1	0.0	-	-	-
12	Otros 10 Suboperadores	5,749	0.7	0.5	0.0	0.7	0.5	0.0
Total		825,769	100.0	4,496.8	8,362.1	100.0	4,507.7	8,322.5
Inverso HHI			2.2			2.2		
Cambio en el HHI 10.9								

Fuente: Elaboración propia con datos de CONATEL

Derivado del análisis de los datos mostrados en el cuadro anterior, se puede inferir que el mercado de telefonía fija se muestra altamente concentrado, lo anterior producto de la participación de un operador que controla el 64% del mismo, en este caso, la empresa estatal Hondutel.

Los cálculos realizados post operación indican que el grado de concentración se incrementará en aproximadamente 11 puntos, lo cual puede considerarse como un incremento marginal si por ejemplo tomamos en consideración los parámetros de variación definidos por la Comisión Nacional de Competencia (CNC) de España, los cuales establecen que ante un mercado con un HHI mayor de 2,000 puntos un incremento derivado de una fusión de menos de 150 puntos no representa peligros para la competencia efectiva. Lo anterior se complementa con el resultado del Índice de Dominancia el cual disminuye 40 puntos aproximadamente. Entonces para este mercado en particular, podría esperarse que la operación de concentración no derive en riesgos potenciales que afecten la competencia efectiva en el mismo.

b) Banda Ancha (Internet Residencial)

En el mercado de servicios de Internet Banda Ancha Residencial participan alrededor de 20 empresas que prestan sus servicios a nivel nacional. El nivel de concentración del mercado se presenta moderadamente concentrado alcanzando un valor de 1,514 puntos, el cual se verá ligeramente incrementado producto de la operación de concentración en cuestión, alcanzando un valor de 1,626 puntos que equivale a un incremento de 112 puntos. Es importante mencionar que como producto de la operación notificada, el límite fijado como estándar a nivel internacional de 1,800 puntos para clasificar un mercado como altamente

concentrado no será alcanzado. Por lo tanto, y sobre la base de los parámetros definidos por la CNC de España, el incremento en el nivel de concentración se considera marginal, lo cual implica una baja probabilidad de que el nivel de competencia efectiva se vea afectado como producto de la concentración notificada.

**Variación del Índice de Concentración Herfindhal-Hirschman e Índice de Dominancia
Banda Ancha - Internet Residencial
Diciembre-2007**

No.	Empresa	Ex-Ante			Ex-Post		
		Participación	HHI	ID	Participación	HHI	ID
1	Amnet (Adquirida)	28.0	784.0	2,681.5	-	-	-
2	Cable Color	16.0	256.0	285.9	16.0	256.0	247.9
3	Sula Net	15.0	225.0	220.9	15.0	225.0	191.5
4	Digicable	8.0	64.0	17.9	8.0	64.0	15.5
5	The Netssys Company	7.0	49.0	10.5	7.0	49.0	9.1
6	Hondutel	6.0	36.0	5.7	6.0	36.0	4.9
7	Intesa	3.0	9.0	0.4	3.0	9.0	0.3
8	Navega (Adquirente)	2.0	4.0	0.1	30.0	900.0	3,063.7
9	Mayavision	1.0	1.0	0.0	1.0	1.0	0.0
10	Macronet	1.0	1.0	0.0	1.0	1.0	0.0
11	Globalnet	1.0	1.0	0.0	1.0	1.0	0.0
12	Sigmanet	1.0	1.0	0.0	1.0	1.0	0.0
13	Americatel	1.0	1.0	0.0	1.0	1.0	0.0
14	Multidata	1.0	1.0	0.0	1.0	1.0	0.0
15	Otros	9.0	81.0	28.6	9.0	81.0	24.8
Total		100.0	1,514.0	3,251.4	100.0	1,626.0	3,557.7
Inverso HHI		6.6			6.2		
Cambio en el HHI		112.0					

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por los notificantes

c) Banda Ancha (Internet Corporativo)

En el mercado de Internet Banda Ancha Corporativo los resultados son distintos, en particular al observar los datos post operación (calculados en base a los datos proporcionados por los notificantes) los cuales indican que el mercado pasará de un nivel de concentración relativo de 2,698 puntos a uno de 4,400 puntos con un cambio en el índice de concentración IHH de más de 1,700 puntos. Con lo cual, si tomamos nuevamente los parámetros definidos por la CNC de España, la operación notificada representa peligros en el nivel de competencia de ese mercado. Ante este hecho, se hace necesario realizar un análisis más profundo de los posibles efectos derivados de la operación de concentración propuesta.

**Variación del Índice de Concentración Herfindhal-Hirschman e Índice de Dominancia
Banda Ancha
2008**

No.	Empresa	Ex-Ante			Ex-Post		
		Participación	HHI	ID	Participación	HHI	ID
1	Navega [Adquirente]	37.0	1,369.0	2,574.7	60.0	3,600.0	6,694.2
2	Multidata	20.0	400.0	219.8	20.0	400.0	82.6
3	Amnet (Newcom) [Adquirida]	23.0	529.0	384.4	-	-	-

No.	Empresa	Ex-Ante			Ex-Post		
		Participación	HHI	ID	Participación	HHI	ID
4	Otros	20.0	400.0	219.8	20.0	400.0	82.6
Total		100.0	2,698.0	3,398.7	100.0	4,400.0	6,859.5
Inverso HHI		3.7			2.3		
Cambio en el HHI		1,702.0					

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por los notificantes

CONSIDERANDO (5): Que consta en el expediente No. 055-NC-7-2008, información puntual proporcionada por los solicitantes (véanse folios: 496 al 498), contentivo de las propuestas y justificaciones que se exponen sobre el objetivo que se busca con el proyecto de concentración económica. Entre ellas: aprovechar economías de escala para los proveedores y por tanto mejores precios al consumidor; mejorar el servicio al cliente, ya que con un sólo un operador se ofrecerían los cuatro servicios más importantes del sector. Vale decir, se propone con dicho proyecto de concentración poner a disposición de los usuarios, un “Paquete” de servicios integrados que se conoce como “Quad Play” y que comprende: *Cable TV, Internet Residencial o Corporativo, Telefonía Fija y Telefonía Celular*. Se afirma también, que con dicha operación económica se busca innovar en el mercado actual, lo que traerá competitividad al sector, y que se traducirá en beneficios tangibles para el consumidor y al país. En particular, por el lado de los consumidores, se proyectan mejorar en particular: la atención al cliente, la economía familiar, mayor cobertura y nuevos servicios. Por otra parte, también consta en el expediente de mérito (véase folio No. 1,002), declaraciones del gerente de una de las sociedades (*MetroRed, S. A.*) que forma parte del conglomerado económico en cuestión, en donde se pretende reafirmar la independencia jurídica y administrativa que ostenta aquella como parte de esa concentración económica, en el sentido de oponer frente al requerimiento de información que relaciona a dicha sociedad, argumentos como el siguiente: que la sociedad *MetroRed, S. A* se ve imposibilitada para proporcionarla, en vista que ésta no forma parte del referido proceso de notificación del proyecto de concentración económica. En adición, se afirmó que: “*La información requerida es de carácter privado y confidencial de MetroRed, S. A.*”. De ahí que, tomando en consideración los datos antes relacionados y con el objeto de evitar que la concentración tenga incentivos para operar en contra del proceso de libre competencia, mediante comportamientos o acciones distintas a las expuestas y justificadas como ganancias en eficiencia; resulta pertinente imponer algunas medidas y/o advertencias que permitan, entre otros aspectos, un intercambio de información necesario y suficiente que refleje la viabilidad de esas ganancias en eficiencia por parte del conglomerado, así como los beneficios esperados para los consumidores y para la economía en general. De igual forma, en función de la independencia jurídica y administrativa que ostentan las sociedades que conforman el conglomerado, resulta pertinente que se observe, por un tiempo determinado, una política de gerencias individuales, para las sociedades que forman parte directa o indirecta del Grupo Millicom, Newcom Honduras y Navega Honduras. En adición, debe advertirse que las estrategias comerciales deberán responder a esquemas propios de cada gerencia y/o

administración. En consecuencia, el conglomerado deviene en la obligación de informar a la Comisión, todo lo relativo a los acuerdos de cooperación sobre el aprovechamiento de economías de escala y de ámbito que se celebren entre las sociedades que lo conforman.

CONSIDERANDO (6): Las conclusiones derivadas del análisis económico, resulta pertinente resaltar las siguientes:

1. La operación de concentración económica mediante el cambio de control por la adquisición de la totalidad de acciones por parte de la sociedad Millicom Cable N.V. (controlada por la sociedad Millicom Latin Am By subsidiaria de la empresa matriz Millicom International Cellular S. A., empresa de la cual a su vez son subsidiarias las sociedades domiciliadas en el territorio hondureño Telefónica Celular S. A. de C. V. (Celtel) y Navega Honduras); propiedad de las sociedades Central American Capital Group, INC y CA Cable Investment Group Limited en la sociedad Amnet Telecommunications Holdings, LTD (empresa de la cual son subsidiarias las sociedades domiciliadas en el territorio hondureño Amnet de Honduras, S. de R. L. y Newcom Honduras, S. A.), no tiene por finalidad alterar la libre competencia, lo que queda de manifiesto al enmarcarse en el contexto de una operación de carácter más amplio, que se desarrolla en varios países de Centroamérica.
2. Por otra parte, dada la generalidad de los comportamientos anticompetitivos que pueden generarse producto de la operación notificada, la existencia de incentivos para su realización, la facilidad de implementación de los mismos, el considerable número de demandantes y competidores posiblemente afectados, la dificultad de su detección y, finalmente, lo irreparable que suelen ser los perjuicios que generan dichos comportamientos, resulta necesario que la CDPC en su aprobación disponga las siguientes condiciones *ex ante*, de forma que limiten en la medida de lo posible que dichas conductas se lleven a cabo:
 - a) Advertir a la empresa adquiriente que se abstenga de la realización, entre las empresas pertenecientes al holding o conglomerado económico y que prestan servicios de telecomunicaciones en Honduras, de subsidios cruzados u otras conductas que permitan transferir el poder de mercado en la prestación de un servicio de telecomunicaciones a otro servicio (ya sea prestado por la misma empresa o por otra empresa perteneciente al holding o concentración económica), en especial desde la prestación de los servicios de Telefonía Móvil o Internet Banda Ancha Corporativo a otros servicios de telecomunicaciones. Advirtiéndole de igual forma que en ningún caso se utilizarán los ingresos provenientes de la prestación de los servicios de Telefonía Móvil o Internet Banda Ancha Corporativo para ofrecer otro servicio (ya sea prestado por la misma empresa o por otra empresa perteneciente al holding) a un precio por debajo del costo marginal o del costo medio variable de la provisión de dicho servicio.
 - b) El grupo adquirente deberá establecer condiciones bajo las cuales debe ofrecerse, en forma razonable y no discriminatoria, el acceso a las cabezas de los Cables

Submarinos que permiten conectar a Honduras con el resto del mundo, lo anterior con el objeto de dinamizar el nivel de competencia en el mercado de banda ancha.

- c) Vista la posición privilegiada que el grupo adquirente alcanzará en banda ancha (mediante sus empresas directa e indirectamente relacionadas) en cuanto al nivel de participación, le otorgan un alto nivel de participación de mercado, esto es, el sesenta por ciento (60%), por consiguiente, éste deberá abstenerse de realizar cualquier negativa de trato a terceros sin ninguna justificación económica, más que la de eliminar su competencia o la competencia en los servicios en que participa el grupo.
- d) La empresa adquirente, a través de las empresas pertenecientes al holding y que prestan servicios de telecomunicaciones en Honduras, deberá comprobar, durante los próximos dos años mediante informes anuales remitidos a la CDPC, el traslado de las eficiencias a los consumidores finales en términos de disminución de precios de los servicios prestados. En ese sentido la adquirente deberá presentar en un plazo no mayor de treinta (30) días contados a partir de la notificación de la resolución final un listado con los precios de los servicios no regulados económicamente.
- e) Durante los próximos cinco (5) años las empresas que forman parte directa o indirecta del Grupo Millicom; Newcom Honduras y Navega Honduras, deberán operar con gerencias individuales, y por lo tanto las estrategias comerciales deberán responder a esquemas propios de cada gerencia. Los acuerdos de cooperación para el aprovechamiento de economías de escala y economías de ámbito deberán ser informados a la Comisión.
- f) Las cláusulas de No Competencia que están pendientes de discusión, según lo señalado en el contrato de compraventa de acciones en la sección 6 incisos (d) “*Convenios No para Competir; No-Solicitud*”, deberán someterse al proceso de aprobación ante esta Comisión una vez discutidas y acordada por las partes.

CONSIDERANDO (7): Que con fecha siete (07) de Agosto del año dos mil nueve (2009), la Dirección Legal emitió el respectivo dictamen, en el que se destaca lo siguiente:

1. Que con el sometimiento de control *ex ante* sobre este tipo de operaciones de concentraciones económicas, se trata de analizar si las mismas impiden, dificultan o limitan el acceso a los factores de producción o a los canales de distribuciones o clientes de los competidores de las empresas afectadas. En ese sentido, es importante señalar que aquí el riesgo de la concentración reside en los vínculos preferentes que pueden establecerse entre sí las empresas afectadas por la operación de concentración económica, sobre la base de la complementariedad de productos o servicios, en detrimento del resto de competidores, y en último término, de los consumidores. En otras palabras, el riesgo de cierre o exclusión de acceso a los mercados ascendentes (suministro) o descendentes (distribución), creando o reforzando la posición de dominio en el específico mercado de cada una de las empresas afectadas por la concentración económica.

2. Que la Comisión, como lo ha establecido en anteriores precedentes (Véanse Resoluciones sobre concentraciones económicas, números: 35-CDPC-2008-AÑO-III y 36-CDPC-2008-AÑO-III, ambas de fecha veinte (20) de noviembre del 2008) en las que se incluyen cláusulas de no competencia, han resultado, desde la perspectiva de competencia desleal y de libre competencia, implicancias de tipo jurídico. En ese sentido, se establecieron que esta clase de estipulaciones contractuales, si bien es cierto pueden convenirse en el marco de la libertad contractual que la Constitución, los Códigos de Comercio y Civil, reconocen, garantizan y fomentan, también lo es, el hecho de que éstas no pueden acordarse si su ejercicio es contrario al interés social, o lesivo a la moral, la salud o la seguridad pública tal como lo establece la Constitución en su artículo 331; o si son contrarias a las leyes, a la moral o al orden público, como lo preceptúa el artículo 1547 del Código Civil; o si está comprendida dentro de algunos de los límites legales que debe observarse en el ejercicio de la libertad contractual, en el sentido de lo prescrito en el artículo 714 del Código de Comercio que dice: “Las partes pueden determinar libremente el contenido de los contratos en los límites legalmente impuestos”; de ahí que resulte obligatorio examinar oportunamente los alcances en que se pretende convenir dicha cláusula, a la luz de lo que se establece en el ordenamiento jurídico aplicable, en particular, la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia, cuyo ámbito de aplicación comprende todas las áreas de la actividad económica, aún cuando se encuentren reguladas por sus leyes especiales, reglamentos o resoluciones; además de consagrarse como una ley de orden público y que contra su observancia no pueden alegarse costumbres, usos, prácticas o estipulaciones comerciales.
3. Que la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia, en su artículo 18 sobre las decisiones de concentraciones económicas, relacionado con el artículos 28 del Reglamento de la Ley antes mencionada, prevé que la Comisión, de conformidad con el resultado de una verificación o investigación de una operación de concentración económica, podrá tomar una decisión favorable, prohibirla o en su caso, establecer además de las medidas condicionales señaladas taxativamente en el ordenamiento jurídico mencionado precedentemente, otras medidas que tengan por objeto evitar que la operación de concentración económica pueda disminuir, dañar o impedir la competencia o libre concurrencia. Bajo ese contexto, resalta como hecho relevante derivado del análisis de traslape o superposición de mercados en los que el agente económico adquirente participa en el mercado hondureño, y las actividades en las que el agente económico adquirido participa a través de sus subsidiarias en el mercado hondureño, que el mercado relevante producto o servicio es el mercado de Telefonía Fija y el mercado de Servicios de Transmisión de Datos–Internet de Banda Ancha, por cuanto, es en dichos mercados en donde inicialmente la concentración puede producir efectos y verse afectada la dinámica de la competencia efectiva. Asimismo, resalta el hecho que la empresa filial de telefonía móvil perteneciente al grupo de empresas del agente económico adquirente posee una participación de aproximadamente el setenta y un por ciento (71%) en dicho mercado y en donde su mayor competidor posee el veintitrés por

ciento (23%), y las dos empresas restantes el seis por ciento (6%), factores que obligó a que en los análisis se incluyera los mercados en donde el agente económico adquirente, pudiese trasladar su poder de mercado a los otros servicios conexos, los cuales serán adquiridos mediante la operación de concentración objeto de las presente diligencias. A este respecto, resulta importante señalar, dentro del marco del razonamiento jurídico, que a efecto de valorar concretamente la necesidad de establecer medidas condicionales, hay que considerar la naturaleza de las mismas, como también procurar que, al aplicar la norma, su duración, contenido y ámbito de aplicación, no vaya más allá de lo que razonablemente puede exigir la realización de la operación de concentración.

CONSIDERANDO (8): 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 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, 96 y 331 de la Constitución de la República; 1, 116, y 122 de la Ley General de la Administración Pública; 1, 3, 4, 13, 14, 19, 34, 45, 62 y demás aplicables de la Ley para la Defensa y Promoción de la Competencia; 1, 3, 9, 13, 14, 15, 22, 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**, en tiempo y forma, el proyecto de concentración económica, presentada por los Abogados Carlos H. López Luna, apoderado legal de la sociedad mercantil MILLICOM CABLE N. V., sociedad constituida de conformidad con las Leyes de las Antillas Holandesas, y Oscar Armando Melara Facussé, apoderado de la sociedades mercantiles CENTRAL AMERICAN CAPITAL GROUP INC., y CA CABLE INVESTMENT GROUP LTD., entidades jurídicas organizadas y constituidas de conformidad a las leyes de la República de Panamá y Bermudas, respectivamente; consistente en el cambio de control total de la administración de la empresa AMNET TELECOMUNICATIONS HOLDING Ltd., empresa de la que son subsidiarias las sociedades mercantiles AMNET DE

HONDURAS S. de R. L., y NEWCOM HONDURAS S. A., ambas domiciliadas en el territorio hondureño, transacción que se realizará mediante la adquisición de la totalidad de las partes sociales y/o acciones que las sociedades CENTRAL AMERICAN CAPITAL GROUP y CA CABLE INVESTMENT GROUP Ltd, tienen suscritas en AMNET TELECOMUNICATIONS HOLDING Ltd., empresa de la que son subsidiarias las sociedades mercantiles AMNET DE HONDURAS S. de R. L., y NEWCOM HONDURAS S. A., ambas domiciliadas en el territorio hondureño, por parte de la sociedad MILLICOM CABLE N. V., perteneciente al grupo MILLICON INTERNACIONAL CELULAR S. A., empresa con presencia en el territorio nacional a través de sus subsidiarias TELEFONICA CELULAR S. A. de C. V., y METRO RED S. A. (NAVEGA HONDURAS).

SEGUNDO: Que en virtud de la verificación realizada al proyecto de concentración, en la que se demuestra que el agente económico notificado, ostentan una participación notable de mercado, con la consecuente capacidad o riesgo de realizar variados comportamientos proclives a disminuir, dañar o impedir la libre competencia, y con el objeto de evitar esos posibles riesgos que entraña esta operación de concentración (o conglomerado económico), el agente económico notificado deviene **OBLIGADO** a observar y cumplir, entre otras, con las advertencias y/o medidas siguientes:

1. Que entre las empresas pertenecientes a la concentración económica y que prestan servicios de telecomunicaciones en Honduras, se abstenga de la realización de subsidios cruzados u otras conductas que permitan transferir el poder de mercado en la prestación de un servicio de telecomunicaciones hacia otro servicio (ya sea prestado por la misma empresa o por otra empresa perteneciente al conglomerado o concentración económica). En especial: aquellos que puedan darse desde la prestación de los servicios de Telefonía Móvil o Internet Banda Ancha Corporativo hacia otros servicios de telecomunicaciones. Advirtiéndose, de igual forma, que en ningún caso se utilizarán los ingresos provenientes de la prestación de los servicios de Telefonía Móvil o Internet Banda Ancha Corporativo para ofrecer otro servicio (ya sea prestado por la misma empresa o por otra empresa perteneciente al conglomerado) a un precio por debajo del costo marginal o del costo medio variable de la provisión de dicho servicio.
2. Que el mencionado conglomerado económico, aún con independencia de las medidas que pueda aplicar el ente regulador de las telecomunicaciones (CONATEL), deberá establecer condiciones bajo las cuales se ofrezca, en forma razonable y no discriminatoria, el acceso a las cabezas de los Cables Submarinos que permiten conectar a Honduras con el resto del mundo, lo anterior con el objeto de dinamizar el nivel de competencia en el mercado de banda ancha.
3. Que en vista de la posición privilegiada que se alcanzará en banda ancha (mediante las empresas directa e indirectamente relacionadas en el conglomerado) en cuanto al nivel de participación, esto es, adquiere una participación notable de mercado equivalente al

sesenta por ciento (60%), este agente económico notificado deberá de abstenerse de realizar cualquier negativa de trato hacia terceros sin ninguna justificación económica, y cuyo propósito sea o tenga como efecto eliminar su competencia o la competencia en los servicios en donde el agente con poder notable de mercado participa.

4. El agente económico notificado, a través de las empresas pertenecientes al conglomerado y que prestan servicios de telecomunicaciones en Honduras, deberá comprobar, durante los próximos dos años mediante informes anuales remitidos a la Comisión, acciones que reflejen el traslado de las eficiencias a los consumidores finales en términos de mejores precios sobre los servicios prestados. En consecuencia, para efectos de una debida verificación que se gestione al efecto, preliminarmente, el agente económico notificado deberá presentar, en un plazo que no exceda de treinta (30) días, contados a partir de la notificación de la presente resolución, un listado de precios de los servicios que se ofrecen actualmente. Específicamente, los precios de aquellos servicios que no se encuentran sometidos a una determinada regulación económica por parte de CONATEL.
5. Las sociedades y/o empresas que forman parte directa o indirecta del Grupo Millicom, Newcom Honduras y Navega Honduras, deberán operar, durante los próximos cinco (5) años, con administraciones individuales, y por lo tanto, las estrategias comerciales deberán responder a esquemas propios de cada administración. Para ello, se advierte que el conglomerado está en la obligación de informar a la Comisión todo lo relativo a los acuerdos de cooperación sobre el aprovechamiento de economías de escala y de ámbito que se celebren entre las sociedades que lo conforman.

TERCERO: Con respecto a la cláusula de *No Competencia (No-Solicitud)* referida en la Sección 6 inciso (d) de la solicitud notificación previa obligatoria del proyecto de concentración económica (véase folio No. 41), los agentes económicos involucrados en dicha operación, una vez acordado el proyecto de redacción de la mencionada cláusula, devienen **OBLIGADOS** a someterlo al proceso de autorización por parte de la Comisión para la Defensa y Promoción de la Competencia, antes de que la mencionada cláusula surta efecto entre las partes involucradas.

CUARTO: AUTORIZAR el proyecto de operación de concentración económica descrita en el resolutive primero, junto con las demás medidas dispuestas en la presente resolución.

QUINTO: 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.

SEXTO: 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.

SEPTIMO: 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 de la presente notificación, publiquen por su cuenta la presente Resolución, en por lo menos un diario de mayor circulación nacional.

OCTAVO: Para los efectos legales correspondientes, instrúyase a la Secretaría General para que proceda a notificar la presente Resolución a los peticionarios. **NOTIFÍQUESE.**

OSCAR LANZA ROSALES
Presidente

JUAN ÁNGEL DÍAZ LÓPEZ
Secretario General