

ACUERDO POR EL QUE EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES IDENTIFICA LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES RELEVANTES EN TÉRMINOS Y PARA LOS EFECTOS DE LA MEDIDA CUARTA Y EL ARTÍCULO SEGUNDO TRANSITORIO DEL ANEXO 4 DE LA RESOLUCIÓN NÚMERO P/IFT/EXT/060314/76 POR LA QUE SE DETERMINÓ AL AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES Y LA MEDIDA DÉCIMO OCTAVA Y EL ARTÍCULO TERCERO TRANSITORIO DEL ANEXO 1 DE LA RESOLUCIÓN NÚMERO P/IFT/EXT/060314/77 POR LA QUE SE DETERMINÓ AL AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN.

ANTECEDENTES

1. El 11 de junio de 2013, se publicó en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones (Decreto), en cuyos artículos Séptimo y Octavo Transitorios se establece:

"SÉPTIMO.

...
Si no se hubieren realizado las adecuaciones al marco jurídico previstas en el artículo Tercero Transitorio a la fecha de la integración de la Comisión Federal de Competencia Económica y del Instituto Federal de Telecomunicaciones, éstos ejercerán sus atribuciones conforme a lo dispuesto por el presente Decreto y, en lo que no se oponga a éste, en las leyes vigentes en materia de competencia económica, radiodifusión y telecomunicaciones.

OCTAVO.- Una vez constituido el Instituto Federal de Telecomunicaciones conforme a lo dispuesto en el artículo Sexto Transitorio, deberá observarse lo siguiente:

...
III.- El Instituto Federal de Telecomunicaciones deberá determinar la existencia de agentes económicos preponderantes en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, e impondrá las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia y, con ello, a los usuarios finales..."

2. El 10 de septiembre de 2013, el Senado de la República ratificó la designación de los Comisionados que integran el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones (Instituto).

3. El Pleno del Instituto mediante Acuerdo adoptado en sesión celebrada el 20 de septiembre de 2013, aprobó el Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones (Estatuto Orgánico), mismo que fue publicado en el DOF el 23 de septiembre de 2013.

4. El 6 de marzo de 2014 el Pleno del Instituto, a través del acuerdo P/IFT/EXT/060314/76, emitió la RESOLUCIÓN MEDIANTE LA CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES DETERMINA AL GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO DEL QUE FORMAN PARTE AMÉRICA MÓVIL, S.A.B. DE C.V., TELÉFONOS DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V., TELÉFONOS DEL NOROESTE, S.A. DE C.V., RADIOMÓVIL DIPSA, S.A. DE C.V., GRUPO CARSO, S.A.B. DE C.V. Y GRUPO FINANCIERO INBURSA, S.A.B. DE C.V., COMO AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES Y LE IMPONE LAS MEDIDAS NECESARIAS PARA EVITAR QUE SE AFECTE LA COMPETENCIA Y LA LIBRE CONCURRENCIA (Resolución P/IFT/EXT/060314/76).

5. El 6 de marzo de 2014 el Pleno del Instituto, a través del acuerdo P/IFT/EXT/060314/77, emitió la RESOLUCIÓN MEDIANTE LA CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES DETERMINA AL GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO DEL QUE FORMAN PARTE GRUPO TELEvisa S.A.B., CANALES DE TELEVISIÓN POPULARES, S.A. DE C.V., RADIO TELEVISIÓN, S.A. DE C.V., RADIOTELEVISORA DE MÉXICO NORTE S.A. DE C.V., T.V. DE LOS MOCHIS, S.A. DE C.V., TELEIMAGEN DEL NOROESTE, S.A. DE C.V., TELEVIMEX, S.A. DE C.V., TELEVISIÓN DE PUEBLA, S.A. DE C.V., TELEVISORA DE MEXICALI, S.A. DE C.V., TELEVISORA DE NAVOJOA, S.A., TELEVISORA DE OCCIDENTE, S.A. DE C.V., TELEVISORA PENINSULAR, S.A. DE C.V., MARIO ENRIQUE MAYANS CONCHA, TELEVISIÓN LA PAZ, S.A., TELEVISIÓN DE LA FRONTERA, S.A., PEDRO LUIS FITZMAURICE MENESES, TELEMISIÓN, S.A. DE C.V., COMUNICACIÓN DEL SURESTE, S.A. DE C.V., JOSÉ DE JESÚS PARTIDA VILLANUEVA, HILDA GRACIELA RIVERA FLORES, ROBERTO CASIMIRO GONZÁLEZ TREVIÑO, TV DIEZ DURANGO, S.A. DE C.V., TELEVISORA DE DURANGO, S.A. DE C.V., CORPORACIÓN TAPATÍA DE TELEVISIÓN, S.A. DE C.V., TELEVISIÓN DE MICHOACÁN, S.A. DE C.V., JOSÉ HUMBERTO Y LOUCILLE, MARTÍNEZ MORALES, CANAL 13 DE MICHOACÁN, S.A. DE C.V., TELEVISORA XHBO, S.A. DE C.V., TV OCHO, S.A. DE C.V., TELEVISORA POTOSINA, S.A. DE C.V., TV DE CULIACÁN, S.A. DE C.V., TELEVISIÓN DEL PACÍFICO, S.A. DE C.V., TELE-EMISORAS DEL SURESTE, S.A. DE C.V., TELEVISIÓN DE TABASCO, S.A. Y RAMONA ESPARZA GONZÁLEZ, COMO AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN Y LE IMPONE LAS MEDIDAS NECESARIAS PARA EVITAR QUE SE AFECTE LA COMPETENCIA Y LA LIBRE CONCURRENCIA (Resolución P/IFT/EXT/060314/77).

CONSIDERANDOS

PRIMERO.- Competencia del Instituto. De conformidad con el artículo 28, párrafo décimo quinto de la Constitución, el Instituto es un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, conforme a lo dispuesto en la propia Constitución y en los términos que fijan las leyes. Para tal efecto, tiene a su cargo la

regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, así como del acceso a infraestructura activa, pasiva y otros insumos esenciales, garantizando lo establecido en los artículos 6° y 7° de la Constitución.

Asimismo, el párrafo décimo sexto del artículo 28 de la Constitución, establece que el Instituto es la autoridad competente en materia de competencia en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones. El artículo 1° del Estatuto Orgánico reitera el contenido del invocado precepto constitucional.

El artículo Octavo transitorio, fracción III, del Decreto ordenó al Instituto determinar la existencia de agentes económicos preponderantes en los sectores de radiodifusión y de telecomunicaciones, e imponer las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia y, con ello, a los usuarios finales.

En cumplimiento de dicho mandato, el Instituto emitió la Resolución P/IFT/EXT/060314/76, a través de su Anexo 4 titulado **"MEDIDAS EN MATERIA DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES QUE SE IMPONDRÁN AL AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN TELECOMUNICACIONES"** y su artículo Segundo transitorio, determinó que el Instituto elaborará y publicará la lista de los Contenidos Audiovisuales Relevantes a más tardar el 31 de mayo de 2014.

De igual forma, emitió la Resolución P/IFT/EXT/060314/77, a través de su Anexo 1 titulado **"MEDIDAS RELACIONADAS CON LA COMPARTICIÓN DE INFRAESTRUCTURA, CONTENIDOS, PUBLICIDAD E INFORMACIÓN QUE SON APLICABLES AL GIETV EN SU CARÁCTER DE AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN"** y su artículo Tercero transitorio, determinó que el Instituto elaborará y publicará la lista de los Contenidos Audiovisuales Relevantes a más tardar el 31 de mayo de 2014.

En virtud de lo anterior y con fundamento en los artículos 1, 3 fracción III, 4 fracción I, 8 y 9 fracciones I, II, III, XIX y L del Estatuto Orgánico, el Instituto cuenta con facultades para emitir el presente Acuerdo.

SEGUNDO.- Identificación de los Contenidos Audiovisuales Relevantes.- Una de las medidas previstas en las Resoluciones P/IFT/EXT/060314/76 y P/IFT/EXT/060314/77, es la relacionada con contenidos audiovisuales, en virtud de que cuando los agentes económicos preponderantes adquieren en exclusiva los derechos de transmisión de contenidos que captan amplias audiencias y no son replicables, para transmitirlos a través de sus señales radiodifundidas o de sus redes de telecomunicaciones, de facto eliminan la posibilidad de que otros participantes puedan adquirir los derechos para usar tales contenidos, y en consecuencia ese acto tiene el efecto de fortalecer la

posición de preponderancia frente a las audiencias, al tiempo que limita la posibilidad de otros participantes de competir con efectividad frente a ellos.

En ese sentido, en cumplimiento de lo ordenado por el artículo Octavo transitorio del Decreto, el Instituto, mediante las Resoluciones **P/IFT/EXT/060314/76** y **P/IFT/EXT/060314/77**, determinó imponer a los agentes económicos preponderantes en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, entre otras medidas, la prohibición de adquirir en exclusiva derechos de transmisión, o realizar conductas con efectos similares, para cualquier lugar del territorio nacional sobre los denominados Contenidos Audiovisuales¹ Relevantes.

Con el objeto de dar eficacia a la medida señalada, los artículos Segundo Transitorio del Anexo 4 y Tercero Transitorio del Anexo 1 de las Resoluciones **P/IFT/EXT/060314/76** y **P/IFT/EXT/060314/77 respectivamente**, establecen que el Instituto publicará la lista de los Contenidos Audiovisuales Relevantes, los cuales se definen como las obras de audio y video asociado, producidas para su transmisión por redes de telecomunicaciones y estaciones de televisión radiodifundida, que sean identificados por el Instituto, en función de su carácter no replicable y de su alto nivel esperado de audiencia regional o nacional, con base en los registros históricos de eventos similares.

A efectos de identificar los Contenidos Audiovisuales con altos niveles esperados de audiencia, se utilizó información sobre los transmitidos por estaciones de televisión radiodifundida. Esta información incluye la audiencia generada por la transmisión de estos a través de televisión restringida. Este medio de comunicación se seleccionó en virtud de su alta penetración en hogares del territorio nacional, y la baja penetración relativa de otros medios de transmisión de contenidos audiovisuales.

De acuerdo con las Estadísticas sobre disponibilidad y uso de tecnología de información y comunicación en los hogares, 2012² publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía:

- 94.4% de los hogares cuenta con televisión, en tanto que 32.2% cuenta con televisión restringida y 26.0% tiene servicio de internet, y
- La mayoría de los usuarios de Internet no utilizan este medio para acceder a contenidos audiovisuales.

¹ Según disponen las resoluciones P/IFT/EXT/060314/76 y P/IFT/EXT/060314/77, son contenidos audiovisuales las obras de audio y video asociados producidas para su transmisión por estaciones de televisión radiodifundida, redes de telecomunicaciones y medios de comunicación en general. Los contenidos audiovisuales pueden constituirse en programas noticiosos, deportivos, documentales, culturales, películas, series, entre otros; y también en bibliotecas de programación de acceso bajo demanda o pago por evento, Canales de Programación, eventos programáticos individuales o series de eventos.

² Disponible en:
http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegl/productos/encuestas/especiales/endutih/ENDUTIH2012.pdf.

En lo que respecta a los contenidos transmitidos a través de Internet y de televisión restringida, a la fecha no existen series de datos que permitan estudiar los índices de audiencia sobre los contenidos audiovisuales individuales que se ofrecen en estas plataformas de una manera sistemática y comparable a lo largo del tiempo.

No obstante, se prevé que se mantenga la tendencia creciente de la penetración tanto de la televisión restringida como Internet, y que el Instituto tenga acceso a información sobre las audiencias de contenidos audiovisuales transmitidos a través de todos los medios de comunicación que permitan reevaluar la conveniencia de utilizar otros indicadores de audiencia, específicos a cada plataforma tecnológica.

En ese sentido, la Unidad de Sistemas de Radio y Televisión del Instituto (USRTV) realizó un análisis de datos reportados sobre aquellos contenidos audiovisuales identificados en función de su carácter no replicable y de su alto nivel de audiencia nacional o regional, con base en los registros históricos de eventos similares (Nielsen IBOPE México³). A continuación se presentan los elementos de este análisis que son determinantes para la presente resolución:

El periodo de tiempo utilizado para valorar los contenidos fue del 1 de abril 2010 al 30 de abril de 2014 (2010-2014), de forma que fuese posible considerar adecuadamente las tendencias recientes de los contenidos, que son las más pertinentes ya que reflejan la evolución de las preferencias de las audiencias, y evitar promedios en periodos largos que pudiesen ocultar los valores reales de las tendencias. Asimismo, dicho periodo de tiempo permite considerar al menos un evento deportivo internacional de alto nivel esperado de audiencia como lo son los Juegos Olímpicos y la Copa Mundial de Fútbol.

El índice de audiencia, o rating⁴ en inglés, representa la cantidad de personas que están expuestas a un medio en un cierto momento, a partir de un universo

³ El Instituto contrató a la empresa Nielsen IBOPE México, que es la única empresa en el país que realiza mediciones de audiencia mediante "People meters", que consisten en microcomputadoras instaladas en los televisores de un panel de tecnologías seleccionado en forma aleatoria, probabilística y estratificadamente. Nielsen, que recientemente se fusionó en México con IBOPE de México, es una de las más importantes empresas medidoras de audiencias en el mundo, con presencia en África, Asia, América del Norte, América Latina, Europa y Medio Oriente, y realiza mediciones de audiencia en medios en cuando menos 81 países del mundo. Nielsen utiliza diferentes sistemas de medición para cada uno de los medios (televisión, radio, Internet, prensa, redes sociales, etc.) siendo para televisión el más común el del "people meter", ya que permite registrar si el televisor está encendido, qué canal o señal está sintonizando y cuál de los miembros del hogar o sus visitantes lo está viendo.

El estudio que para la medición de Audiencias en Televisión realiza Nielsen IBOPE México, el cual como se ha apuntado, constituye una muestra representativa de la medición de audiencias a nivel nacional, cubre las ciudades de Acapulco, Aguascalientes, Área Metropolitana de la Ciudad de México, Chihuahua, Ciudad Juárez, Coahuila, Cuernavaca, Culiacán, Durango, Guadalajara, Hermosillo, León, Mexicali, Mérida, Monterrey, Morelia, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Saltillo, San Luis Potosí, Tampico, Tijuana, Toluca, Torreón, Tuxtla Gutiérrez, Veracruz y Villahermosa. Esto permite obtener estimadores, tanto totales como desagregados, para las tres áreas metropolitanas principales —México, Guadalajara y Monterrey—, al igual que para el conjunto de las 25 localidades restantes.

⁴ Nielsen IBOPE México en su página electrónica <https://www.ibopeagb.com.mx/preguntas.php> responde a la pregunta ¿Qué es el rating? de la siguiente manera: "El rating es la proporción de personas que están expuestas a un medio en un momento determinado. El rating es un valor que ayuda a evaluar las audiencias de diferentes programas y es utilizado principalmente en TV y radio."

determinado, la cual ayuda a evaluar las audiencias de diferentes contenidos y horarios. Por ejemplo, si un canal de televisión está transmitiendo un partido de la selección mexicana de fútbol a las 20:00 horas, y otro canal en ese mismo horario está transmitiendo una película, el rating permite determinar la cantidad de personas que se encuentran expuestas en esa hora a cada uno de dichos contenidos. El rating se puede expresar tanto en número de personas como porcentualmente.

En ese orden de ideas, por lo expuesto, el rating es una medida adecuada para determinar cuáles son los Contenidos Audiovisuales Relevantes, en virtud de que muestra claramente qué contenidos son los que en un periodo de tiempo específico captan mayor interés en una determinada población y por tanto, tienen un alto nivel de audiencia.

Se analizó el universo de contenidos audiovisuales de televisión radiodifundida transmitidos a través de televisión radiodifundida o restringida en el periodo histórico comprendido entre 2010 y 2014, el cual corresponde a 220,724 contenidos.

Dichos contenidos fueron analizados en función de su:

- a) Carácter no replicable, y
- b) Alto nivel esperado de audiencia regional o nacional.

Son contenidos audiovisuales no replicables aquellos que presentan eventos que no cuentan con sustitutos cercanos, en razón de sus características particulares.

Por ejemplo, la final de una liga profesional de fútbol, que se encuentre fuertemente anclado en los gustos y la cultura nacional. Caso contrario es el supuesto de contenidos como telenovelas, series y los denominados talk shows, entre otros, los cuales son, por su propia naturaleza, replicables, pues funcionan generalmente a partir de formatos preestablecidos, a partir de los cuales es posible reproducir una amplia variedad de contenidos con características comunes y que se ofrecen simultáneamente⁵ con la intención de competir por la misma audiencia.

Por otra parte, para encontrarse en posibilidad de anticipar cuáles contenidos podrán tener un alto nivel de audiencia regional o nacional, basados en los registros históricos

⁵ El calificativo "simultáneamente" puede entenderse de manera estrecha, cuando los contenidos se presentan en las mismas franjas horarias del mismo día por diferentes canales, lo que sucede más frecuentemente en el caso de los noticieros y telenovelas, o bien de una manera más laxa cuando se trata de contenidos que se presentan en franjas horarias cercanas el mismo día o en días diferentes, lo que ocurre en el caso de las series.

ya referidos de 2010 a 2014, en el análisis del total de éstos se siguió el siguiente método⁶:

- a) Se determinó el promedio simple (1.29) y la desviación estándar (1.65) del rating del total de contenidos históricos analizados (220,724).
- b) Se descartaron todos aquellos contenidos cuyo rating fue menor a la suma del promedio y la desviación estándar obtenidos (2.94), es decir 194,324 contenidos.
- c) De los contenidos resultantes del ejercicio referido en el inciso inmediato anterior (26,400), se obtuvo, nuevamente, el promedio simple de su rating (4.73) y su desviación estándar (2.04).
- d) Se descartaron todos aquellos contenidos cuyo rating fue menor a la nueva suma del promedio y la desviación estándar obtenidos (6.77), es decir 22,499, delimitando la observación a los 3,901 con el mayor nivel de audiencia.
- e) Los 3,901 contenidos con **el mayor nivel de audiencia**, se clasificaron en los siguientes 15 géneros televisivos que dispone Nielsen-IBOPE México:
 1. Telenovelas;
 2. Dramatizado unitario;
 3. Concurso;
 4. Series;
 5. Deportes;
 6. Películas;
 7. Cómicos;
 8. Gobierno;
 9. Noticieros;
 10. Magazine (programa de revista);
 11. Reality Shows (Tele Realidad);
 12. Caricaturas;
 13. Musicales;
 14. Debate; y
 15. Talk Shows (Espectáculo Hablado).

⁶ Se seleccionaron los contenidos que quedan por encima de la suma del promedio simple más una desviación estándar, en dos ocasiones, como se describió, con el objeto de obtener los contenidos audiovisuales con el mayor nivel de audiencia entre aquellos con un alto nivel de audiencia, a efecto de identificar aquellos que puedan representar un riesgo de desplazamiento o de impedir el acceso a otros agentes económicos. Es decir, el método utilizado es estadísticamente válido y adecuado para lograr el fin de las medidas impuestas a los agentes económicos preponderantes en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión.

f) Una vez hecho el análisis anterior, se desprendió que los únicos contenidos audiovisuales no replicables, agrupados por sus características comunes y que tuvieron altos niveles de audiencia son aquellos que pertenecen al género "deportes", advirtiéndose por la USRTV las siguientes categorías de agrupamiento:

1. Partidos de la selección mexicana de futbol (categoría varonil mayor);
2. Partidos de la selección mexicana de futbol (categoría varonil menor);
3. Análisis deportivo;
4. Artes marciales mixtas;
5. Peleas de box;
6. Especiales deportivos;
7. Partidos de/la final de la liga mexicana de futbol de primera división (Liga Mx);
8. Partidos de la temporada regular de la Liga MX;
9. Partidos de la Copa Mundial de la Federación Internacional de Futbol Asociación (FIFA) donde no participa la selección mexicana;
10. Magazine deportivo;
11. Lucha libre internacional;
12. Futbol internacional;
13. Ceremonias de Inauguración y clausura de la Copa Mundial de futbol, y
14. Ceremonias de Inauguración y clausura de los Juegos Olímpicos de Verano.

Cabe precisar que los contenidos audiovisuales deportivos son agrupados en tales categorías en virtud de las características en común entre ellos, a efecto de realizar un análisis histórico de eventos de dicha naturaleza en el periodo de 2010 a 2014, lo cual no podría ser logrado con su visualización aislada e individual. Es decir, se agruparon todos los eventos que cumplen con las características referidas a efecto de promediar su nivel de audiencia en el periodo establecido, con la finalidad de identificar qué categorías generan mayor interés en las audiencias.

g) Para cada una de las categorías identificadas arriba se seleccionaron aquellas con los valores de rating iguales o superiores al 6.77% encontrado en el inciso d) anterior. Ellos son⁷: 1. Partidos de la selección

⁷En las Resoluciones P/IFT/EXT/060314/76 y P/IFT/EXT/060314/77 se señaló que podrían considerarse como Contenido Audiovisual Relevante los "play offs" de la liga mexicana de béisbol del Pacífico, no obstante ello, del análisis realizado por la USRTV se desprende que estos obtuvieron bajos índices de audiencia en los partidos transmitidos por televisión abierta en Monterrey, NL., única ciudad con

mexicana de futbol (categoría mayor varonil), ii. Juegos de la final de la liga mexicana de futbol, iii. Ceremonias de inauguración y clausura, partido inaugural, cuartos de final, semifinales y final de la Copa Mundial de Futbol, y iv. Inauguración y clausura de los Juegos Olímpicos de verano⁸.

Por lo anterior, y habiendo identificado los posibles Contenidos Audiovisuales Relevantes, con base en la información de los niveles de audiencia proporcionada por Nielsen IBOPE México, se procedió a realizar una segunda medición de los ratings, esta vez considerando el promedio de la totalidad de los eventos correspondientes a cada categoría seleccionada durante el periodo de 2010 a 2014, con la finalidad de verificar si este indicador muestra un rating consistentemente elevado, de lo cual se puede concluir si los ratings individuales observados previamente corresponden a un comportamiento sistemático y predecible de una categoría con ratings elevados, o bien se trata de observaciones aisladas cuyo alto rating proviene de las características específicas del evento particular y no de la categoría a la que pertenece, por lo cual difícilmente podría predecirse en este caso cuándo ocurriría un rating elevado.

Con base en lo anterior, en función de su carácter no replicable y de su alto nivel de audiencia nacional o regional esperado igual o mayor a 6.77%, con base en los registros históricos referidos, los Contenidos Audiovisuales Relevantes identificados son los siguientes:

- a) Los partidos de la selección mexicana de futbol (categoría varonil mayor). De los cuales se tomaron en cuenta los 80 eventos individuales en el periodo 2010-2014, con un promedio de rating de 8.65%.
- b) La inauguración y clausura de los Juegos Olímpicos de Verano organizados por el Comité Olímpico Internacional. De ellos se tomó en cuenta el último evento individual ocurrido en los pasados cuatro años (2012), con un rating de 7.19% y de 7.30%, respectivamente.
- c) Las ceremonias de inauguración y clausura, y los partidos de inauguración, cuartos de final, semifinales y final de la Copa Mundial organizada por la Federación Internacional de Futbol Asociación (FIFA) cada cuatro años y conocido comúnmente como Copa del Mundo o

información disponible desagregada en la que se identificó este contenido. Asimismo, dado que en su mayoría son transmitidos únicamente por concesionarios de televisión restringida, se concluye que no pueden ser identificados en este momento como Contenidos Audiovisuales Relevantes. Se buscará allegarse de información sobre ratings de eventos de carácter regional para futuras evaluaciones de estos contenidos.

⁸ En las Resoluciones P/IFT/EXT/060314/76 y P/IFT/EXT/060314/77 se señaló que podrían considerarse como Contenidos Audiovisuales Relevantes los eventos deportivos de los Juegos Olímpicos de Invierno donde participe un mexicano. Sin embargo, del análisis realizado por la USRTV se desprende que estos juegos tienen poca relevancia en las preferencias de las audiencias (menos de 1% de rating), se concluye que no pueden ser identificados en este momento como Contenidos Audiovisuales Relevantes.

Mundial de Futbol. De ellas se tomó en cuenta el último evento individual ocurrido en 2010, con un rating de 10.69%, 8.33%, 15.60%, 7.18% (promedio de los partidos), 8.41% (promedio de ambas semifinales) y 17.42% puntos porcentuales, respectivamente.

- d) Los partidos de la final del torneo de liga de primera división organizado por la Federación Mexicana de Futbol, conocida comúnmente como la Liga MX. Los 15 partidos transmitidos por televisión abierta tuvieron un rating promedio de 7.91% en el periodo 2010 - 2014.

De igual forma, a partir de la información disponible para las ciudades de Monterrey, Guadalajara y México y sus Áreas Metropolitanas, no se obtuvieron resultados que permitieran identificar Contenidos Audiovisuales Relevantes dado un alto nivel de audiencia para esas regiones, distintos de los ya listados.

Por lo anterior, el Instituto tiene elementos técnicos de convicción suficientes para identificar como Contenidos Audiovisuales Relevantes a los ya listados y, por ende, en términos de la Medida Cuarta del Anexo 4 de la Resolución P/IFT/EXT/060314/76 y la Medida Décimo Octava del Anexo 1 de la Resolución P/IFT/EXT/060314/77, respectivamente, los agentes económicos preponderantes en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, no podrán adquirir en exclusiva derechos de transmisión para cualquier lugar del territorio nacional sobre éstos, o realizar conductas con efectos similares.

Por lo tanto, con fundamento en los artículos 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; Séptimo Transitorio, párrafo cuarto, y octavo transitorio fracción III del Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2013; 9-A, fracciones I, XVI y XVII de la Ley Federal de Telecomunicaciones; 1, 2 y 9, fracción V de la Ley Federal de Radio y Televisión; 1, 3 fracción III, 4 fracción I, 8 y 9 fracciones I, II, III, XIX y L del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones; Segundo transitorio del Anexo 4 de la **RESOLUCIÓN MEDIANTE LA CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES DETERMINA AL GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO DEL QUE FORMAN PARTE AMÉRICA MÓVIL, S.A.B. DE C.V., TELÉFONOS DE MÉXICO, S.A.B. DE C.V., TELÉFONOS DEL NOROESTE, S.A. DE C.V., RADIOMÓVIL DIPSA, S.A. DE C.V., GRUPO CARSO, S.A.B. DE C.V. Y GRUPO FINANCIERO INBURSA, S.A.B. DE C.V., COMO AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES Y LE IMPONE LAS MEDIDAS NECESARIAS PARA EVITAR QUE SE AFECTE LA COMPETENCIA Y LA LIBRE CONCURRENCIA**, y Tercero transitorio del Anexo 1 de la **RESOLUCIÓN MEDIANTE LA CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES DETERMINA AL GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO DEL QUE FORMAN PARTE GRUPO TELEvisa S.A.B., CANALES DE TELEVISIÓN POPULARES, S.A. DE C.V., RADIO TELEVISIÓN, S.A. DE C.V., RADIOTELEVISORA DE MÉXICO NORTE S.A. DE C.V., T.V. DE LOS MOCHIS, S.A. DE C.V.,**

TELEIMAGEN DEL NOROESTE, S.A. DE C.V., TELEVIMEX, S.A. DE C.V., TELEVISIÓN DE PUEBLA, S.A. DE C.V., TELEVISORA DE MEXICALI, S.A. DE C.V., TELEVISORA DE NAVOJOA, S.A., TELEVISORA DE OCCIDENTE, S.A. DE C.V., TELEVISORA PENINSULAR, S.A. DE C.V., MARIO ENRIQUE MAYANS CONCHA, TELEVISIÓN LA PAZ, S.A., TELEVISIÓN DE LA FRONTERA, S.A., PEDRO LUIS FITZMAURICE MENESES, TELEMISIÓN, S.A. DE C.V., COMUNICACIÓN DEL SURESTE, S.A. DE C.V., JOSÉ DE JESÚS PARTIDA VILLANUEVA, HILDA GRACIELA RIVERA FLORES, ROBERTO CASIMIRO GONZÁLEZ TREVIÑO, TV DIEZ DURANGO, S.A. DE C.V., TELEVISORA DE DURANGO, S.A. DE C.V., CORPORACIÓN TAPATÍA DE TELEVISIÓN, S.A. DE C.V., TELEVISIÓN DE MÍCHOACÁN, S.A. DE C.V., JOSÉ HUMBERTO Y LOUCILLE, MARTÍNEZ MORALES, CANAL 13 DE MICHUACÁN, S.A. DE C.V., TELEVISORA XHBO, S.A. DE C.V., TV OCHO, S.A. DE C.V., TELEVISORA POTOSINA, S.A. DE C.V., TV DE CULIACÁN, S.A. DE C.V., TELEVISIÓN DEL PACÍFICO, S.A. DE C.V., TELE-EMISORAS DEL SURESTE, S.A. DE C.V., TELEVISIÓN DE TABASCO, S.A. Y RAMONA ESPARZA GONZÁLEZ, COMO AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN Y LE IMPONE LAS MEDIDAS NECESARIAS PARA EVITAR QUE SE AFECTE LA COMPETENCIA Y LA LIBRE CONCURRENCIA, el Pleno del Instituto emite el siguiente:

ACUERDO

PRIMERO.- En términos del artículo Segundo transitorio del Anexo 4 de la Resolución P/IFT/EXT/060314/76 y del artículo Tercero transitorio del Anexo 1 de la Resolución P/IFT/EXT/060314/77, el Instituto identifica como Contenidos Audiovisuales Relevantes los siguientes:

- a) Los partidos de la selección mexicana de futbol (categoría varonil mayor);
- b) Las ceremonias de inauguración y clausura de los Juegos Olímpicos de Verano organizados por el Comité Olímpico Internacional;
- c) Las ceremonias de inauguración y clausura, y los partidos de inauguración, cuartos de final, semifinales y final de la Copa Mundial de la Federación Internacional de Futbol Asociación (FIFA), organizados cada cuatro años y conocido comúnmente como Copa del Mundo o Mundial de Futbol, y
- d) Los partidos de la final del torneo de liga de primera división, organizado por la Federación Mexicana de Futbol, conocida comúnmente como la Liga MX.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- Se instruye a la Secretaría Técnica del Pleno para que notifique el presente Acuerdo a los agentes económicos preponderantes en telecomunicaciones y en radiodifusión.

SEGUNDO.- En cumplimiento a los artículos Segundo transitorio del Anexo 4 de la Resolución P/IFT/EXT/060314/76 y Tercero transitorio del Anexo 1, de la Resolución P/IFT/EXT/060314/77, publíquese el presente Acuerdo en el sitio electrónico del Instituto.

Gabriel Oswaldo Contreras Saldivar
Presidente

Luis Fernando Borjón Figueroa
Comisionado

Ernesto Estrada González
Comisionado

Adriana Sofía Labardini Inzunza
Comisionada

María Elena Estavillo Flores
Comisionada

Mario Germán Fromow Rangel
Comisionado

Adolfo Cuevas Teja
Comisionado

El presente Acuerdo fue aprobado por el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones en su XIV Sesión Extraordinaria celebrada el 29 de mayo de 2014, por unanimidad de votos de los Comisionados presentes Gabriel Oswaldo Contreras Saldivar, Luis Fernando Borjón Figueroa, Ernesto Estrada González, Adriana Sofía Labardini Inzunza, María Elena Estavillo Flores, Mario Germán Fromow Rangel y Adolfo Cuevas Teja, con fundamento en los párrafos vigésimo, fracciones I y III; y vigésimo primero, del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; así como en los artículos 1, 2, 11 y 12 del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, mediante Acuerdo P/IFT/EXT/290514/105.