

Los textos con la leyenda “CONFIDENCIAL POR LEY”, corresponden a información considerada como confidencial, de conformidad con los artículos 113 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública; el artículo 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; así como los lineamientos Trigésimo Octavo y Cuadragésimo de los Lineamientos generales en materia de clasificación y desclasificación de la información, así como para la elaboración de versiones públicas.

## Índice de contenido

|   |    |
|---|----|
| I. GLOSARIO .....   | 3  |
| II. ANTECEDENTES.....   | 6  |
| III. CONSIDERANDO .....   | 7  |
| PRIMERO. Competencia del Instituto para conocer y resolver .....  | 7  |
| SEGUNDO. Alcances de esta resolución .....  | 7  |
| 2.1.    Fundamentación.....   | 7  |
| 2.2.    Procedimiento aplicable al Aviso de Concentración .....   | 8  |
| TERCERO. Operación materia del Aviso de Concentración .....   | 11 |
| 3.1.    Actos constitutivos de la Operación.....  | 11 |
| 3.2.    Fecha de realización de la Operación .....  | 11 |
| 3.3.    Naturaleza de la Operación.....   | 12 |
| 3.4.    Títulos de concesión adquiridos.....  | 12 |
| 3.5.    Acuerdos comerciales adicionales.....   | 13 |
| 3.6.    Objetivos de la Operación.....  | 14 |
| CUARTO. Descripción de las Partes involucradas en la Operación .....  | 14 |
| 4.1.    Cedente.....  | 14 |
| 4.1.1.    Audio Publicidad .....  | 14 |
| 4.1.2.    GIE del Cedente .....   | 15 |
| 4.1.3.    Actividades del GIE Audio Publicidad .....  | 15 |
| 4.2.    Cesionario .....  | 16 |
| 4.2.1.    Radio Triunfos .....  | 16 |
| 4.2.2.    MMR .....   | 16 |
| 4.2.3.    GIE del Cesionario .....  | 17 |
| Personas integrantes del GIE .....  | 17 |
| Contratos de Afiliación .....   | 20 |
| 4.2.4.    Actividades del GIE Grupo Multimedios .....   | 22 |
| Solicitudes de concesiones en trámite .....   | 26 |
| 4.3.    Coincidencias en las actividades económicas de las Partes.....  | 26 |
| QUINTO. Evaluación de los requisitos y elementos establecidos en los párrafos primero a cuarto del Noveno Transitorio ..... | 27 |
| 5.1.    La Operación constituye una concentración .....   | 28 |
| 5.2.    Los Agentes Económicos que realizaron la concentración son titulares de concesiones .....                           | 28 |
| Definición de agente económico —hasta su dimensión de GIE .....   | 28 |
| Los agentes económicos involucrados en la Operación son titulares de concesiones.....                                       | 29 |
| 5.3.    El Aviso de Concentración fue presentado en tiempo .....  | 30 |
| 5.4.    Evaluación de los requisitos previstos en los incisos a. a d. del párrafo primero del Noveno Transitorio.....       | 30 |

|  |    |
|--|----|
| Elementos para calcular las participaciones sectoriales previstas en los incisos a. y b..... | 30 |
| Estimación de participaciones en el sector e índices de concentración.....                   | 33 |
| 5.4.1. Inciso a.....   | 34 |
| 5.4.2. Inciso b.....   | 36 |
| 5.4.3. Inciso c.....   | 37 |
| 5.4.4. Inciso d.....   | 37 |
| 5.4.4.1. Marco conceptual.....   | 38 |
| 5.4.4.2. SRSAC .....   | 41 |
| 5.4.4.3. Evaluación de los efectos de la Operación en el sector de radiodifusión .....       | 44 |
| 5.4.4.4. Efectos de la Operación en el Servicio Evaluado.....                                | 57 |
| 5.4.4.5. Efectos positivos derivados de la Operación .....                                   | 59 |
| 5.4.4.6. Conclusiones inciso d. ....   | 68 |
| 5.4.4.7. Cláusula de no Competir .....   | 69 |
| SEXTO. Conclusión .....  | 71 |
| IV. RESOLUTIVOS .....  | 73 |

RESOLUCIÓN MEDIANTE LA CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES DETERMINA QUE LA CONCENTRACIÓN ENTRE AUDIO PUBLICIDAD, S.A. DE C.V. Y RADIO TRIUNFOS, S.A. DE C.V. MATERIA DEL AVISO QUE SE TRAMITA EN EL EXPEDIENTE NÚMERO UCE/AVC-001-2018, CUMPLE CON LOS INCISOS a. A d. ESTABLECIDOS EN EL PÁRRAFO PRIMERO DEL ARTÍCULO NOVENO TRANSITORIO DEL “*DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN, Y LA LEY DEL SISTEMA PÚBLICO DE RADIODIFUSIÓN DEL ESTADO MEXICANO; Y SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES EN MATERIA DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN*”.<sup>1</sup>

En la presente resolución se utilizarán los siguientes acrónimos y términos.

## I. GLOSARIO

| Término o acrónimo  | Definición   |
|---|--|
| Acuerdo de Transición de 2008                                       | “ACUERDO por el que se establecen los requisitos para llevar a cabo el cambio de frecuencias autorizadas para prestar el servicio de radio y que operan en la banda de Amplitud Modulada, a fin de optimizar el uso, aprovechamiento y explotación de un bien del dominio público en transición a la radio digital”, publicado en el DOF el 15 de septiembre de 2008.” <sup>2</sup>  |
| Acuerdo de Transición de 2016                                       | “ACUERDO mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones aprueba y emite los Lineamientos mediante los cuales el Instituto Federal de Telecomunicaciones establece los criterios para el cambio de frecuencias de estaciones de Radiodifusión Sonora que operan en la banda de amplitud modulada a frecuencia modulada”, emitido el 24 de noviembre de 2016.   |
| Agente Económico Preponderante en el sector de Radiodifusión o AEPR | GIE 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 Enríquez 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, |

<sup>1</sup> Publicado en el Diario Oficial de la Federación el once de junio de dos mil trece, disponible en: [http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5301941&fecha=11/06/2013](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5301941&fecha=11/06/2013).

<sup>2</sup> Disponible en [http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5060050&fecha=15/09/2008](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5060050&fecha=15/09/2008).

| <b>Término o acrónimo</b>                                    | <b>Definición</b>  |
|--|--|
|  | 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.<br><br>Tal y como fue declarado en el Acuerdo del Pleno del Instituto número P/IFT/EXT/060314/77. <sup>3</sup> |
| <b>Audio Publicidad o Cedente</b>                            | Audio Publicidad, S.A. de C.V.   |
| <b>Aviso de Concentración</b>                                | Escrito y anexos presentados por las Partes, en la oficialía de partes del Instituto, el 19 de abril de 2018.  |
| <b>CPEUM</b>   | Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.   |
| <b>Decreto que expide la LFTR</b>                            | <i>"DECRETO por el que se expide la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión"</i> , publicado en el DOF el 14 de julio de 2014.  |
| <b>Dictamen de la Cámara de Senadores relativo a la LFTR</b> | <i>"DICTAMEN de las Comisiones Unidas de Comunicaciones y Transportes, de Radio, Televisión y Cinematografía, y de Estudios Legislativos, con proyecto de Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión."</i> <sup>4</sup>   |
| <b>Disposiciones Regulatorias</b>                            | Disposiciones Regulatorias de la LFCE para los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, publicadas en el DOF el 12 de enero de 2015.  |
| <b>DGCC</b>  | Dirección General de Concentraciones y Concesiones del Instituto.  |
| <b>DOF</b>   | Diario Oficial de la Federación.   |
| <b>ENCCA</b>   | Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales.  |
| <b>Expediente</b>  | Expediente número UCE/AVC-001-2018 en el que se han radicado las actuaciones del procedimiento en el que se actúa.   |

<sup>3</sup> Versión pública disponible en:  
[http://www.ift.org.mx/sites/default/files/p\\_ift\\_ext\\_060314\\_77.pdf](http://www.ift.org.mx/sites/default/files/p_ift_ext_060314_77.pdf)

<sup>4</sup> Disponible en:  
[http://www.senado.gob.mx/comisiones/comunicaciones\\_transportes/docs/Telecom/dictamen\\_030714.pdf](http://www.senado.gob.mx/comisiones/comunicaciones_transportes/docs/Telecom/dictamen_030714.pdf)

| <b>Término o acrónimo</b>                            | <b>Definición</b>  |
|--|--|
| <b>Grupo de Interés Económico o GIE</b>              | Conjunto de sujetos de derecho con intereses comerciales y financieros afines que coordinan sus actividades para participar en los mercados y actividades económicas, a través del control o influencia decisiva, directa o indirecta, que uno de sus integrantes ejerce sobre los demás. <sup>5</sup> |
| <b>INEGI</b>   | Instituto Nacional de Estadística y Geografía.   |
| <b>Instituto</b>                                     | Instituto Federal de Telecomunicaciones.   |
| <b>LFCE</b>  | Ley Federal de Competencia Económica.  |
| <b>LFPA</b>  | Ley Federal de Procedimiento Administrativo.   |
| <b>LFTR</b>  | Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.   |
| <b>Noveno Transitorio</b>                            | Artículo Noveno Transitorio del Decreto que expide la LFTR.  |
| <b>Operación</b>                                     | Cesión, por parte de Audio Publicidad, de derechos y obligaciones del título de concesión para usar comercialmente frecuencias de radiodifusión a través de las estaciones XEDD-AM y XHDD-FM, cuya población principal a servir es Ojo de Agua, Nuevo León, a favor de Radio Triunfos.                 |
| <b>Partes</b>  | Conjuntamente el Cedente y el Cesionario.  |
| <b>Radio Triunfos o Cesionario</b>                   | Radio Triunfos, S.A. de C.V.   |
| <b>Resolución de Preponderancia en Radiodifusión</b> | Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de telecomunicaciones determina al AEPR y le impone las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia. <sup>6</sup>   |
| <b>RPC</b>   | Registro Público de Concesiones del Instituto disponible en el sitio <a href="http://ucsweb.iff.org.mx/vrpsc/">http://ucsweb.iff.org.mx/vrpsc/</a> .   |
| <b>SCT</b>   | Secretaría de Comunicaciones y Transportes.  |
| <b>UCE</b>   | Unidad de Competencia Económica del Instituto.   |
| <b>UER</b>   | Unidad de Espectro Radioeléctrico del Instituto.   |

<sup>5</sup> Ver, por ejemplo, Jurisprudencia por reiteración I.4º.A. J/66, con número de registro 168,470, emitida en la Novena Época y publicada en el Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta (t. XXVIII), en noviembre de 2008, visible a página 1,244.

<sup>6</sup> Para mayor referencia véase la versión pública de la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión, disponible en: [http://apps.iff.org.mx/publicdata/P\\_IFT\\_EXT\\_060314\\_77.pdf](http://apps.iff.org.mx/publicdata/P_IFT_EXT_060314_77.pdf).

## II. ANTECEDENTES

**Primero.-** El 19 de abril de 2018, los representantes legales de Audio Publicidad y Radio Triunfos presentaron ante la oficialía de partes del Instituto un Aviso de Concentración en términos de lo establecido en los párrafos primero a cuarto del Noveno Transitorio.

Las Partes indicaron que el aviso se refiere a la Operación realizada el 19 de abril de 2018; y designaron como representante común al C. **"CONFIDENCIAL POR LEY (1)"**.

De conformidad con lo establecido en el artículo 6 de la LFTR, este asunto se tramita conforme a lo dispuesto en la LFPA, toda vez que los avisos de concentración previstos en el Noveno Transitorio no tienen previsto un trámite específico conforme a la LFCE o la LFTR.

**Segundo.-** El 16 de mayo de 2018, mediante acuerdo firmado por la Titular de la UCE, se radicó el Aviso de Concentración bajo el expediente número UCE/AVC-001-2018; y, con fundamento en el artículo 17-A de la LFPA, se previno a las Partes para que en un término de 10 (diez) días hábiles presentaran diversa información faltante (Acuerdo de Prevención).

**Tercero.-** El 30 de mayo de 2018, mediante escrito y anexos presentados en la oficialía de partes del Instituto, las Partes entregaron en tiempo y forma la información solicitada en el Acuerdo de Prevención (Escrito de Desahogo de Prevención).

**Cuarto.-** El 13 de junio de 2018, mediante acuerdo firmado por la Titular de la UCE, se tuvo por desahogado el Acuerdo de Prevención y se turnó el asunto a la DGCC para dar el trámite correspondiente en términos de la LFPA.

De acuerdo con lo anterior:

- i) El plazo de 3 (tres) meses para emitir resolución en el presente procedimiento, previsto en el artículo 17 de la LFPA, inició el 20 de abril de 2018, y
- ii) Por virtud de la notificación del Acuerdo de Prevención, dicho plazo fue suspendido el 16 de mayo de 2018, y se reinició el 31 de mayo de 2018, día hábil inmediato posterior a la fecha en la que las Partes desahogaron el Acuerdo de Prevención.

**Quinto.-** El 21 de junio de 2018, mediante acuerdo firmado por el Titular de la DGCC, con fundamento en el artículo 56, párrafos primero y segundo, de la LFPA, las actuaciones dentro del Expediente se pusieron a disposición de las Partes para que en el término de 5 (cinco) días hábiles formularan alegatos y manifestaran lo que a su derecho conviniera.

**Sexto.-** El 27 de junio de 2018, mediante escrito presentado en la oficialía de partes del Instituto, las Partes señalaron que *"no existen mayores alegatos a formularse en esta instancia"*. El escrito se anexó al Expediente en que se actúa y se tomó en cuenta para la emisión de la presente resolución.

### III. CONSIDERANDO

#### PRIMERO. Competencia del Instituto para conocer y resolver

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 28 párrafos décimo cuarto a décimo sexto de la CPEUM, 5 párrafo primero de la LFCE y 7 de la LFTR, 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, y para tales efectos tiene a su cargo, la regulación, promoción y supervisión, entre otros, del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico y del acceso a infraestructura pasiva. Asimismo, es la autoridad en materia de competencia económica en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, en los que ejerce en forma exclusiva las facultades que el artículo constitucional citado y las leyes establecen para la Comisión Federal de Competencia Económica.

El Instituto es la autoridad competente para conocer y resolver sobre el Aviso de Concentración, toda vez que éste fue presentado en términos del Noveno Transitorio y la Operación involucra a agentes y actividades económicos que pertenecen al sector de radiodifusión.

De conformidad con las constancias que obran en el expediente, las Partes:

- (a) Son titulares de concesiones para la explotación comercial de bandas de frecuencias mediante estaciones de radiodifusión sonora, y
- (b) Proveen, entre otros, los siguientes servicios en el sector de radiodifusión:
  - i. Provisión de servicios de **radiodifusión sonora abierta comercial**, y
  - ii. Provisión de servicios de **televisión radiodifundida digital comercial**.

En términos de lo anterior, el Instituto es competente para conocer, evaluar y resolver dentro del procedimiento en que se actúa —con base en la información y los documentos aportados por las Partes— si la Operación cumple con los 4 (cuatro) requisitos establecidos en los incisos **a.** a **d.** del primer párrafo del Noveno Transitorio.

#### SEGUNDO. Alcances de esta resolución

##### 2.1 Fundamentación

El Noveno Transitorio forma parte del régimen *transitorio* previsto en el Decreto que expide la LFTR que es aplicable “*en tanto exista un agente económico preponderante en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión*”. Esta disposición prevé 2 (dos) procedimientos distintos:

- En los párrafos primero a cuarto, se refiere a un **aviso de concentración**, el cual no tiene previsto un trámite específico conforme a la LFCE o la LFTR, por lo que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 6 de la misma LFTR, se tramita conforme a lo dispuesto en la LFPA.

Son materia de este procedimiento las concentraciones que se realicen entre agentes económicos titulares de concesiones, las cesiones de concesión y los cambios de control que deriven de éstas (en adelante asuntos) en tanto cumplan con los requisitos previstos en los incisos **a.** a **d.** del primer párrafo de esta disposición —en tanto se encuentre vigente el régimen transitorio referido.

En caso que el Pleno del Instituto verifique que se cumple con la totalidad de esos requisitos, se tendría por cumplido el supuesto de que la operación involucrada en efecto, no requiere de la autorización del Instituto. De lo contrario, no se tendría por cumplido ese supuesto y la concentración requeriría de la autorización del Instituto en los términos dispuestos en las leyes aplicables (i.e. LFCE o LFTR).

- El párrafo quinto prevé **una Investigación** de los asuntos en los que el Pleno del Instituto haya resuelto favorablemente el aviso de concentración. Esta Investigación se tramita en términos de la LFCE y se aboca a determinar si existe “*poder sustancial en el mercado de redes de telecomunicaciones que presten servicios de voz, datos o video o en el de radio y televisión*”, según sea el caso.

En caso de que, derivado del procedimiento correspondiente de investigación sobre esos asuntos, se determine la existencia de poder sustancial, el Instituto podrá imponer las medidas necesarias para proteger y fomentar en el mercado correspondiente la libre competencia y concurrencia, de conformidad con lo dispuesto en la LFTR y la LFCE, sin perjuicio de la operación realizada.

Finalmente, el párrafo sexto del Noveno Transitorio dispone que las medidas que en su caso se impongan, se extinguirán una vez que se autorice a los agentes económicos preponderantes la prestación de los servicios adicionales.

El asunto que se tramita en el Expediente corresponde a un **aviso de concentración** previsto en los párrafos primero a cuarto del Noveno Transitorio, conforme al procedimiento previsto en la LFPA, cuyo fin es evaluar y resolver si la Operación cumple la totalidad de los requisitos **a.** a **d.** establecidos en el primer párrafo de esa disposición.

## 2.2 Procedimiento aplicable al Aviso de Concentración

En este procedimiento corresponde al Pleno del Instituto determinar si —con base en la información y los elementos de convicción que obran en el Expediente que fueron aportados por las Partes— se verifica que la Operación cumple con los requisitos establecidos en el párrafo primero del Noveno Transitorio, en términos de lo establecido

en los párrafos primero a cuarto de esa disposición, pues sólo tras verificar que las Partes han acreditado tales requisitos es que se puede concluir que la realización de la Operación no requiere de la autorización del Instituto.

Los párrafos primero a cuarto del Noveno Transitorio establecen textualmente lo siguiente:

"NOVENO. En tanto exista un agente económico preponderante en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, con el fin de promover la competencia y desarrollar competidores viables en el largo plazo, no requerirán de autorización del Instituto Federal de Telecomunicaciones las concentraciones que se realicen entre agentes económicos titulares de concesiones, ni las cesiones de concesión y los cambios de control que deriven de éstas, que reúnan los siguientes requisitos:

- a. Generen una reducción sectorial del Índice de Dominancia "ID", siempre que el índice Hirschman-Herfindahl "IHH" no se incremente en más de doscientos puntos;
- b. Tengan como resultado que el agente económico cuente con un porcentaje de participación sectorial menor al veinte por ciento;
- c. Que en dicha concentración no participe el agente económico preponderante en el sector en el que se lleve a cabo la concentración, y
- d. No tengan como efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y concurrencia, en el sector que corresponda.

Por Índice Hirschman-Herfindahl "IHH" se entiende la suma de los cuadrados de las participaciones de cada agente económico ( $IHH = \sum i q_i^2$ ), en el sector que corresponda, medida para el caso del sector de las telecomunicaciones con base en el indicador de número de suscriptores y usuarios de servicios de telecomunicaciones, y para el sector de la radiodifusión con base en audiencia. Este índice puede tomar valores entre cero y diez mil.

Para calcular el Índice de Dominancia "ID", se determinará primero la contribución porcentual  $h_i$  de cada agente económico al índice IHH definido en el párrafo anterior ( $h_i = 100 \times q_i^2 / IHH$ ). Después se calculará el valor de ID aplicando la fórmula del Hirschman-Herfindahl, pero utilizando ahora las contribuciones  $h_i$  en vez de las participaciones  $q_i$  (es decir,  $ID = \sum i h_i^2$ ). Este índice también varía entre cero y diez mil.

Los agentes económicos deberán presentar al Instituto Federal de Telecomunicaciones, dentro de los 10 días siguientes a la concentración, un aviso por escrito que contendrá la información a que se refiere el artículo 89 de la Ley Federal de Competencia Económica referida al sector correspondiente así como los elementos de convicción que demuestren que la concentración cumple con los incisos anteriores." (Énfasis añadido).

En suma, los requisitos que deben verificarse en este procedimiento son:

1. Que se trate de una concentración, cesión de concesión(es) o cambio de control que deriven de esas operaciones, entre agentes económicos titulares de concesiones;
2. Que los agentes económicos presenten ante el Instituto un aviso por escrito dentro de los 10 (diez) días siguientes a la realización de la concentración, cesión de derechos o cambio de control que derive de esas operaciones, y
3. Que el aviso se acompañe de la información a que se refiere el artículo 89 de la LFCE y los elementos de convicción que demuestren que la operación cumple con los 4 (cuatro) requisitos señalados en los incisos **a.** a **d.** del párrafo primero del artículo de mérito.

El Noveno Transitorio establece que las operaciones que cumplan con los requisitos señalados: (i) "**no requerirán de autorización**" del Instituto para que puedan realizarse; y (ii) los agentes económicos pueden realizarla y después deben presentar un aviso. Esto es, el artículo mencionado establece un caso de excepción al régimen general de notificaciones *ex ante* (i.e. antes de su realización) de:

- 1) Concentraciones, cuyo procedimiento está establecido en los artículos 86, 89 y 90 o 92 de la LFCE;
- 2) Cesiones de concesiones, cuyo procedimiento está establecido en el artículo 110 de la LFTR, y
- 3) Cambios de control, cuyo procedimiento está establecido en el artículo 112 de la LFTR.

Por otra parte, se advierte que el aviso de concentración al que se refieren los párrafos primero a cuarto del Noveno Transitorio, no tiene previsto un trámite específico conforme a la LFTR o la LFCE, por lo que se sitúa en el supuesto establecido en el artículo 6, párrafo último, de la LFTR y, en consecuencia, **debe tramitarse conforme a lo dispuesto en la LFPA.**

Esto es, el aviso al que se refieren los párrafos primero a cuarto del Noveno Transitorio otorga el derecho a los particulares de acogerse a un régimen de excepción de notificación de operaciones al no requerir la autorización del Instituto para poder realizarlas; no obstante, tal derecho está sujeto a que el Instituto verifique si los agentes económicos que participan en ellas acreditan o no el cumplimiento de los requisitos específicos establecidos en esa disposición legal.

Lo anterior quedó de manifiesto en el Dictamen de la Cámara de Senadores relativo a la LFTR, en el cual se establece que:

*“Teniendo en cuenta que el objetivo principal de la (sic) Decreto de Reforma Constitucional en materia de telecomunicaciones es aumentar la competencia económica en el sector. Estas Comisiones Dictaminadoras establecen en el artículo transitorio Noveno en el que se especifican los casos en que, con el fin de promover la competencia y desarrollar competidores viables en el largo plazo, y siempre que se observen determinados requisitos no se requerirá de autorización del Instituto Federal de Telecomunicaciones para llevar a cabo una concentración, hasta en tanto exista un agente económico preponderante en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión.” (Énfasis añadido)*

Así, conforme a lo señalado en los Considerandos Primero y Segundo de la presente resolución, las actuaciones de este Instituto dentro del presente procedimiento se fundamentan en los artículos 28 párrafos décimo sexto y décimo séptimo de la CPEUM; Noveno Transitorio párrafos primero a cuarto del Decreto que expide la LFTR; 1, 6 párrafo último, 7 y 15 fracción XVIII de la LFTR; 8, 13, 14, 17 y 49 de la LFPA; y 6 fracción IX del Estatuto Orgánico del Instituto.

## TERCERO. Operación materia del Aviso de Concentración

### 3.1 Actos constitutivos de la Operación

A efecto de llevar a cabo la Operación, las Partes firmaron:

- a) Un convenio de cesión de derechos de concesión el 19 de abril de 2018 (Convenio de Cesión),<sup>7</sup> y
- b) Un convenio modificadorio en la misma ficha (Convenio Modificadorio).<sup>8</sup>

Con ambos actos Audio Publicidad cedió —sin reserva ni limitaciones, incondicional e irrevocablemente— a favor de Radio Triunfos, los derechos y obligaciones del título de concesión para usar comercialmente frecuencias de radiodifusión a través de las estaciones XEDD-AM y XHDD-FM, cuya población principal a servir es Ojo de Agua, Nuevo León.

### 3.2 Fecha de realización de la Operación

Las Partes mencionaron que la Operación “se realizó en su totalidad el día 19 de abril de 2018 (...) y surtió efectos plenos en la fecha de cierre.”<sup>9</sup> En el Convenio Modificadorio se establece lo siguiente:<sup>10</sup>

**“CONFIDENCIAL POR LEY (6)”**

---

<sup>7</sup> Fuente: Fojas 5 y 56-76 del Expediente.

<sup>8</sup> Fuente: Fojas 423-426 del Expediente.

<sup>9</sup> Fuente: Foja 389 del Expediente.

<sup>10</sup> Fuente: Foja 425 del Expediente.

### 3.3 Naturaleza de la Operación

Como se describe en la sección 3.1. de esta resolución, la Operación:

- Constituye una cesión de un título de concesión, y
- No implicó la adquisición de acciones o partes sociales de alguna sociedad, por lo que no modificó la estructura accionaria de las sociedades que participaron en ella.

### 3.4 Títulos de concesión adquiridos

La Operación implicó la adquisición de un título de concesión para usar comercialmente frecuencias de radiodifusión a través de las estaciones XEDD-AM y XHDD-FM, cuya población principal a servir es Ojo de Agua, Nuevo León. A continuación se hace un relato cronológico del título de concesión involucrado:<sup>11</sup>

- El 18 de enero de 1971 el Gobierno Federal otorgó un título de concesión al C. Marcelo Becerra González para operar la estación XEDD-AM en la frecuencia 1,560 KHz, cuyo transmisor estaba ubicado en Montemorelos, Nuevo León.
- El 27 de julio de 1978, la SCT autorizó la cesión de derechos a favor de Audio Publicidad.
- El 16 de mayo de 2000, la SCT autorizó el cambio de frecuencia a 800 KHz y el cambio de ubicación del transmisor a Ojo de Agua, Nuevo León.
- El 18 de diciembre de 2012, la SCT otorgó prórroga a Audio Publicidad para continuar operando el título de concesión con una vigencia del 18 de enero de 2013 al 17 de enero de 2025.
- El 7 de mayo de 2013, la extinta Comisión Federal de Telecomunicaciones, con base en el Acuerdo de Transición de 2008, autorizó a Audio Publicidad el cambio de frecuencia para operar en FM, utilizar el distintivo XHDD-FM con la frecuencia 92.9 MHz y con el equipo transmisor ubicado en Ojo de Agua, Nuevo León.
- El 9 de julio de 2014, el Pleno del Instituto emitió acuerdo mediante el cual determinó que 27 (veintisiete) estaciones de radiodifusión sonora en AM, entre ellas la XEDD-AM, deben continuar operando en AM en términos del Acuerdo de Transición de 2008 *“hasta el término de su vigencia o hasta en tanto el Instituto cuente con elementos adicionales para definir la terminación de dicha obligación, a efecto de que continúen transmitiendo en forma simultánea el mismo contenido de las dos bandas (AM y FM) o dejen de operar de manera inmediata las frecuencias de la banda de AM, según sea el caso, lo cual se hará del oportuno conocimiento de sus*

---

<sup>11</sup> Fuente: Fojas 87-93 del Expediente.

concesionarias o permisionarias mediante la notificación que este órgano autónomo realice para tal efecto.”<sup>12</sup>

Respecto a la estación XEDD-AM, el Pleno señaló que:

*“Después de realizado el análisis de continuidad del servicio de radiodifusión sonora en los municipios comprendidos dentro del área de servicio de la estación XEDD-AM sujeta al Acuerdo de Transición, se determinó que dicha continuidad no está garantizada por otras estaciones de radiodifusión en localidades de los municipios de Galeana y Rayones, Nuevo León.”*

- El 12 de julio de 2017, el Pleno del Instituto resolvió autorizar modificaciones a las características técnicas de la concesión que ampara a la estación XHDD-FM, entre ellas el cambio de ubicación de la antena y planta transmisora a La Peña, Guadalupe, Nuevo León, así como la instalación y operación de un equipo complementario de la estación XHDD-FM en Camino a El Pilón viejo, Ojo de Agua, Nuevo León.<sup>13</sup>

Es de señalar que, si bien cambiaron las características técnicas de la estación materia de la Operación, la población principal a servir continúa siendo Ojo de Agua, Nuevo León. A este respecto, las Partes señalaron lo siguiente:<sup>14</sup>

*“Por lo que hace a las frecuencias de las estaciones de radiodifusión con distintivo de llamada XEDD- 800 AM y XHDD-92.9 FM se tiene que los equipos de transmisores de la estación AM y la estación complementaria de FM se ubican en la localidad de Ojo de Agua, municipio de Montemorelos, Nuevo León.” (Énfasis añadido)*

De acuerdo con lo anterior, las estaciones materia de la Operación: XHDD-FM y XEDD-AM, operan en un formato que en la industria se denomina “*combo*”, en el cual la estación AM retransmite en forma simultánea el mismo contenido de programación que la estación FM asociada,<sup>15</sup> cuya principal población a servir es la localidad de Ojo de Agua, Nuevo León.

### 3.5 Acuerdos comerciales adicionales

De la documentación que obra en el Expediente se identifica que:

- Audio Publicidad cedió a favor de Radio Triunfos los derechos sobre la marca denominada “*Delta 929 FM*” asociada a las estaciones cedidas, por un monto de “**CONFIDENCIAL POR LEY (7)**” de pesos,<sup>16</sup> y

---

<sup>12</sup> Acuerdo disponible en [http://apps.ift.org.mx/publicdata/P\\_IFT\\_090714\\_209.pdf](http://apps.ift.org.mx/publicdata/P_IFT_090714_209.pdf)

<sup>13</sup> Resolución disponible en

<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdologia/pift120717432.pdf>

<sup>14</sup> Fuente: Foja 11 del Expediente.

<sup>15</sup> Las Partes indicaron que actualmente se “*transmite simultáneamente en las frecuencias AM y FM.*” Fuente: Foja 14.

<sup>16</sup> Fuente: Fojas 5 y 94-98 del Expediente.

- Con anterioridad a la Operación, el 26 de junio de 2017, celebraron un contrato de compraventa de activos (del cual proporcionaron copia) mediante el cual Radio Triunfos adquirió de Audio Publicidad equipos con los que funcionan las estaciones materia de la Operación que incluyen, entre otros: “CONFIDENCIAL POR LEY (6)”. El monto de esa transacción fue de “CONFIDENCIAL POR LEY (7)” pesos.<sup>17</sup>

### 3.6 Objetivos de la Operación

Las Partes mencionaron que la racionalidad de la Operación estriba en los siguientes elementos:<sup>18</sup>

- *“(Audio Publicidad se acercó con Radio Triunfos) con el propósito de ceder su concesión debido a que los ingresos de la estación de radiodifusión no son suficientes para poder mejorar la programación o aumentar las audiencias.”*
- *Debido a las circunstancias de la inseguridad, tecnológica y económicas, la empresa Audio Publicidad empezó a presentar baja en los ingresos de la venta de publicidad, que después afectarían en el desarrollo operativo y crecimiento de ella misma, a tal grado que hubo ocasiones que no tenía para solventar los gastos operativos de la estación.*
- *(...) además a Audio Publicidad se le autorizó su migración a FM en mayo de 2013, sin embargo en julio de 2014 el pleno del IFT le impuso la carga de continuar operando su frecuencia de AM, lo cual implicó mayores gastos, lo que abundó en su decisión de llevar a cabo la concentración que nos ocupa.” (Énfasis añadido)*

## CUARTO. Descripción de las Partes involucradas en la Operación

En las siguientes secciones se presentan las estructuras del capital social y las actividades económicas que realizan el Cedente y el Cesionario, así como las personas relacionadas con éstos.

### 4.1 Cedente

#### 4.1.1 Audio Publicidad

Audio Publicidad es una sociedad constituida conforme a las leyes mexicanas, según consta en la escritura pública del 9 de diciembre de 1975,<sup>19</sup> cuya estructura accionaria se presenta en el Cuadro siguiente, misma que no se modificó en virtud de la Operación.

<sup>17</sup> Fuente: Fojas 428-432 del Expediente.

<sup>18</sup> Fuente: Fojas 7 y 389 del Expediente.

<sup>19</sup> Escritura pública número 2,307 (dos mil trescientos siete), otorgada ante la fe del licenciado Jose Abelardo Rivera Leal, titular de la Notaría Pública número 53 (cincuenta y tres) del Municipio de Garza García, Nuevo León. Fuente: Fojas 116-132 del Expediente.

**Cuadro 1. Accionistas de Audio Publicidad**

| Accionista                             | Participación (%) |
|--|-------------------|
| Adalberto Gerardo Pezino Hernández     | 40.00             |
| Leticia Susana Pezino Hernández        | 30.00             |
| Verónica del Consuelo Pezino Hernández | 30.00             |
| <b>Total</b>                           | <b>100.00</b>     |

Fuente: Elaboración propia con información contenida en Foja 7 del Expediente

Con base en la información proporcionada por las Partes, en el Cuadro siguiente se presenta la información financiera de Audio Publicidad, para el año 2017.

**Cuadro 2. Cifras financieras no consolidadas de Audio Publicidad**

| Concepto (pesos nominales) | diciembre de 2017          |
|----------------------------|----------------------------|
| Ingresos                   | "CONFIDENCIAL POR LEY (7)" |
| Utilidad (pérdida) neta    | "CONFIDENCIAL POR LEY (7)" |
| Activos                    | "CONFIDENCIAL POR LEY (7)" |

Fuente: Elaboración propia con información contenida en Fojas 265-273 del Expediente.

#### 4.1.2 GIE del Cedente

Las Partes declararon que *"los accionistas de (Audio Publicidad) no tienen participación, directa o indirecta, en ningún otro agente económico que sea titular de concesiones que le permitan prestar servicios de radiodifusión. Asimismo, no tienen relación de parentesco, consanguinidad o afinidad, hasta el cuarto grado, con personas relacionadas con la provisión de servicios de radiodifusión."*<sup>20</sup>

En virtud de lo anterior, se identifica que el Cedente y sus accionistas conforman un GIE controlado en última instancia por la **familia Pezino Hernández**, al que se le denominará **GIE Audio Publicidad**.<sup>21</sup>

#### 4.1.3 Actividades del GIE Audio Publicidad

De acuerdo con la información proporcionada por las Partes, el GIE Audio Publicidad participaba en la provisión de servicios de radiodifusión sonora a través del título de concesión materia de la Operación.<sup>22</sup>

Con base en la información proporcionada por las Partes y la disponible en el RPC, se identifica que la única concesión, autorización y/o permiso otorgado al GIE Audio Publicidad para proveer servicios de radiodifusión en México es la concesión materia de la Operación, la cual se describe en el Cuadro siguiente.

<sup>20</sup> Fuente: Foja 8 del Expediente. El texto entre corchetes es añadido para pronta referencia.

<sup>21</sup> En el entendido que la determinación del GIE Audio Publicidad en esta Resolución no prejuzga sobre la dimensión e integrantes de tal Agente Económico en otras decisiones o resoluciones emitidas por el Instituto.

<sup>22</sup> Fuente: Foja 9 del Expediente.

**Cuadro 3. Características de la concesión materia de la Operación**

| Localidad principal a servir | Distintivo           | Inicio/<br>Vencimiento   | Frecuencia          |
|------------------------------|----------------------|--------------------------|---------------------|
| Ojo de Agua, Nuevo León      | XEDD-AM /<br>XHDD-FM | 18/01/2013<br>17/01/2025 | 800 kHz<br>92.9 MHz |

Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por las Partes y del RPC.

## 4.2 Cesionario

### 4.2.1 Radio Triunfos

Radio Triunfos es una sociedad constituida conforme a las leyes mexicanas, según consta en la escritura pública de fecha 30 de enero de 1963,<sup>23</sup> cuya estructura accionaria no se modificó en virtud de la Operación y se presenta en el Cuadro siguiente.

**Cuadro 4. Accionistas de Radio Triunfos**

| Accionista                            | Participación % |
|---------------------------------------|-----------------|
| MM Radio, S.A. de C.V. (MMR)          | 99.88           |
| Francisco Antonio González Sánchez    | 0.12            |
| María de los Dolores González Sánchez | N.S.            |
| <b>Total</b>                          | <b>100.00</b>   |

Fuente: Elaboración propia con información contenida en Foja 8 del Expediente.  
N.S. No Significativo.

Con base en la información proporcionada por las Partes, en el Cuadro siguiente se presenta la información financiera de Radio Triunfos, para el año 2017.

**Cuadro 5. Cifras financieras de Radio Triunfos**

| Concepto (pesos nominales) | diciembre de 2017          |
|----------------------------|----------------------------|
| Ingresos                   | "CONFIDENCIAL POR LEY (7)" |
| Utilidad (pérdida) neta    | "CONFIDENCIAL POR LEY (7)" |
| Activos                    | "CONFIDENCIAL POR LEY (7)" |

Fuente: Elaboración propia con información contenida en Fojas 275-279 del Expediente.

### 4.2.2 MMR

MMR es una sociedad constituida conforme a las leyes mexicanas, según consta en la escritura pública de fecha 5 de julio de 2000,<sup>24</sup> cuya estructura accionaria se presenta en el Cuadro siguiente, misma que no se modificó en virtud de la Operación.

<sup>23</sup> Escritura pública número 2,881 (dos mil ochocientos ochenta y uno), otorgada ante la fe del licenciado José D. García Yzaguirre Jr., titular de la Notaría Pública número 17 (diecisiete) de la Ciudad de Monterrey, Nuevo León. Fuente: Fojas 186-193 del Expediente.

<sup>24</sup> Escritura pública número 8,991 (ocho mil novecientos noventa y uno), otorgada ante la fe del licenciado Jesús Salazar, titular de la Notaría Pública número 63 (sesenta y tres) de Monterrey, Nuevo León. Fuente: Fojas 228-256 del Expediente.

Cuadro 6. Accionistas de MMR

| Accionista                         | Participación %            |
|------------------------------------|----------------------------|
| Francisco Antonio González Sánchez | "CONFIDENCIAL POR LEY (3)" |
| Valeria González Albuerne          | "CONFIDENCIAL POR LEY (3)" |
| Francisco Darío González Albuerne  | "CONFIDENCIAL POR LEY (3)" |
| Patricia González Albuerne         | "CONFIDENCIAL POR LEY (3)" |
| Jesus Dionisio González Albuerne   | "CONFIDENCIAL POR LEY (3)" |
| <b>Total</b>                       | <b>100.00</b>              |

Fuente: Elaboración propia con información contenida en Foja 8 del Expediente.  
N.S. No Significativo.

Con base en la información proporcionada por las Partes, en el Cuadro siguiente se presenta la información financiera de MMR, para el año 2017.

Cuadro 7. Cifras financieras (no consolidadas) de MMR

| Concepto (pesos nominales) | diciembre de 2017          |
|----------------------------|----------------------------|
| Ingresos                   | "CONFIDENCIAL POR LEY (7)" |
| Utilidad (pérdida) neta    | "CONFIDENCIAL POR LEY (7)" |
| Activos                    | "CONFIDENCIAL POR LEY (7)" |

Fuente: Elaboración propia con información contenida en Fojas 331-334 del Expediente.

#### 4.2.3 GIE del Cesionario

##### Personas integrantes del GIE

Como se observa de las secciones anteriores, MMR es el controlador del Cesionario. Al respecto, las Partes señalaron lo siguiente:<sup>25</sup>

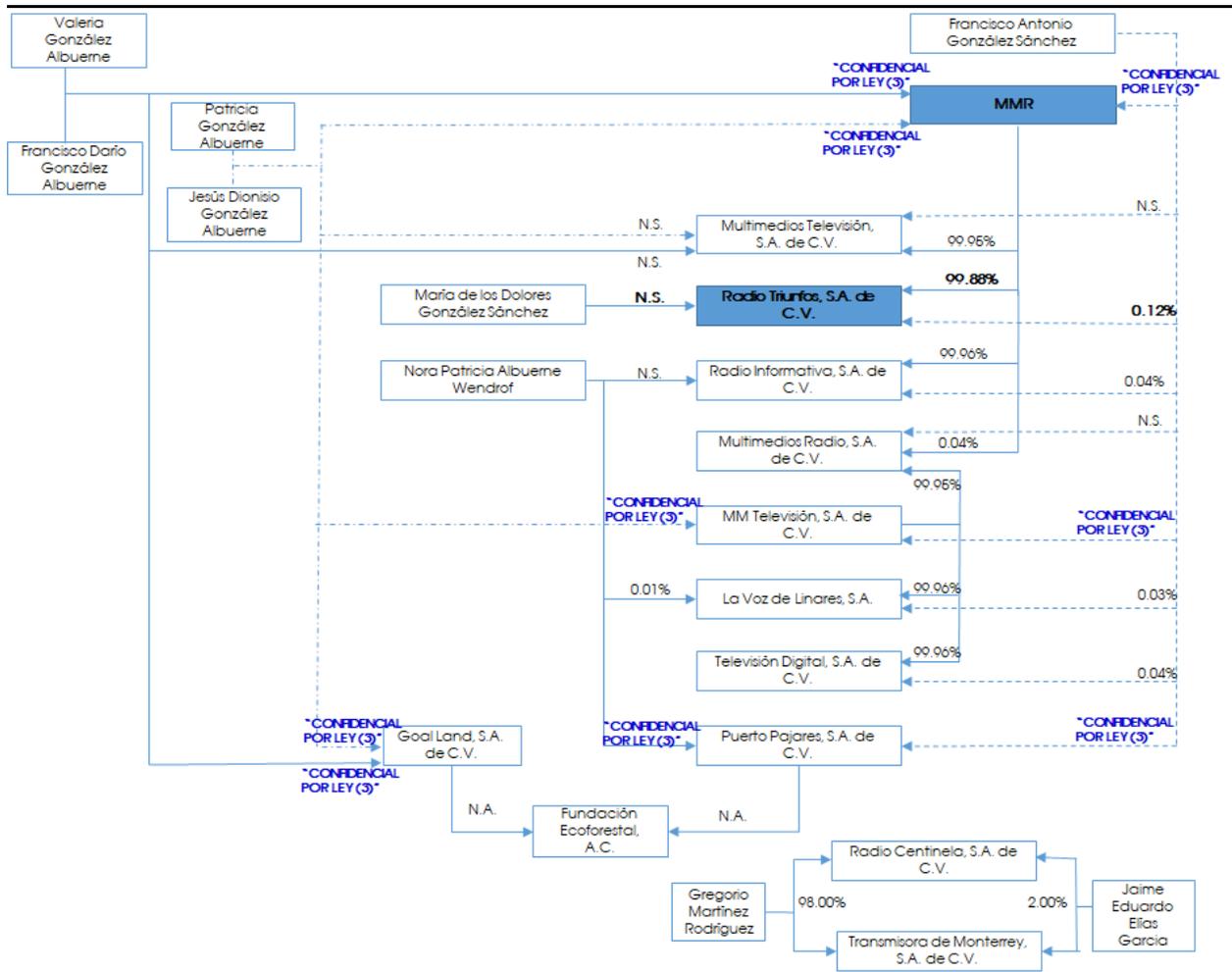
*"MMR controla, de manera directa o indirecta, a otros agentes económicos que cuentan con concesiones para prestar el servicio de radio en bandas de AM y FM en las mismas áreas en donde Audio Publicidad tiene cobertura y es miembro de Grupo Multimedios, el cual opera estaciones de radio y TV en el norte del país."*

*(...) (Radio Triunfos) pertenece a Grupo Multimedios, a través de MMR. Este agente económico es controlado de manera directa por el C. "CONFIDENCIAL POR LEY (1)" quien a su vez controla la sociedad MM Televisión, S.A. de C.V. A través de dichas empresas dirige diversas estaciones de radio y canales de televisión radiodifundida en varias localidades del norte del país, bajo el nombre de Grupo Multimedios". (Énfasis añadido)*

Así, se concluye que el C. "CONFIDENCIAL POR LEY (1)" y su familia controlan en última instancia al Cesionario. En la Figura 1 se muestra la estructura de control del Cesionario.

<sup>25</sup> Fuente: Fojas 8 y 9 del Expediente.

Figura 1. Estructura de control del Cesionario



Fuente: Elaboración propia con información contenida en el Expediente.

Con base en la información proporcionada por las Partes y disponible para el Instituto, en el Cuadro siguiente se presenta a las personas que, en virtud de su participación societaria, y participaciones accionarias mayores o iguales al 50% (cincuenta por ciento), en lo individual o en conjunto considerando sus relaciones por parentesco, se identifican como parte del GIE del Cesionario y, además, participan, directa e indirectamente, en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones.

Cuadro 8. Personas que forman parte del GIE del Cesionario por vínculos de patrimonio

| Personas morales identificadas como parte del GIE del Cesionario | Accionistas                        | Participación (%) |
|--|------------------------------------|-------------------|
| Radio Triunfos   | MMR                                | 99.88             |
|  | Francisco Antonio González Sánchez | 0.12              |

| Personas morales identificadas como parte del GIE del Cesionario   | Accionistas   | Participación (%)                             |
|--|---|---|
|  | María de los Dolores González Sánchez   | N.S.  |
| MMR  | Francisco Antonio González Sánchez<br>Francisco Darío González Albuérne<br>Valeria González Albuérne<br>Patricia González Albuérne<br>Jesús Dionisio González Albuérne  | "CONFIDENCIAL POR LEY (3)"                    |
| La Voz de Linares, S.A.  | MM Televisión, S.A. de C.V.<br>Francisco Antonio González Sánchez<br>Nora Patricia Albuérne Wendorf   | 99.96<br>0.03<br>0.01                         |
| MM Televisión, S.A. de C.V.  | Francisco Antonio González Sánchez<br>Patricia González Albuérne<br>Jesús Dionisio González Albuérne  | "CONFIDENCIAL POR LEY (3)"                    |
| Multimedios Radio, S.A. de C.V.  | MM Televisión, S.A. de C.V.<br>MMR<br>Francisco González Sánchez  | 99.95<br>0.04<br>N.S.                         |
| Radio Centinela, S.A. de C.V.  | Gregorio Martínez Rodríguez<br>Jaime Eduardo Elías García   | 98.00<br>2.00                                 |
| Multimedios Televisión, S.A. de C.V.   | MMR<br>Francisco Antonio González Sánchez<br>Jesús Dionisio González Albuérne<br>Francisco Darío González Albuérne<br>Patricia González Albuérne<br>Valeria González Albuérne   | 99.95<br>N.S.<br>N.S.<br>N.S.<br>N.S.<br>N.S. |
| Televisión Digital, S.A. de C.V.   | MM Televisión, S.A. de C.V.<br>Francisco Antonio González Sánchez   | 99.96<br>0.04                                 |
| Radio Informativa, S.A. de C.V.  | MMR<br>Francisco Antonio González Sánchez<br>Nora Patricia Albuérne Wendorf   | 99.96<br>0.04<br>N.S.                         |
| Transmisora de Monterrey, S.A. de C.V.   | Gregorio Martínez Rodríguez<br>Jaime Eduardo Elías García   | 98.00<br>2.00                                 |
| Fundación Ecoforestal, A.C.  | Goal Land, S.A. de C.V.<br>Puerto Pajares, S.A. de C.V.   | N.A.<br>N.A.                                  |
| Goal Land, S.A. de C.V.  | Jesús Dionisio González Albuérne<br>Francisco Darío González Albuérne<br>Patricia González Albuérne<br>Valeria González Albuérne  | "CONFIDENCIAL POR LEY (3)"                    |
| Puerto Pajares, S.A. de C.V.   | Francisco Antonio González Sánchez<br>Nora Patricia Albuérne Wendorf  | "CONFIDENCIAL POR LEY (3)"                    |
| Personas físicas identificadas como parte del GIE del Cesionario   | Vínculos por parentesco   |   |
| Francisco Antonio González Sánchez<br>Jesús Dionisio González Albuérne<br>Patricia González Albuérne<br>Valeria González Albuérne<br>María de los Dolores González Sánchez<br>Francisco Darío González Albuérne<br>Nora Patricia Albuérne Wendorf<br>Gregorio Martínez Rodríguez | <b>Familia González Albuérne</b><br><br>El C. Francisco Antonio González Sánchez es: (1) "CONFIDENCIAL POR LEY (8)" de Jesús Dionisio, Patricia, Valeria y Francisco Darío, todos de apellidos González Albuérne; (2) "CONFIDENCIAL POR LEY (8)" de María de los Dolores González Sánchez; (3) "CONFIDENCIAL POR LEY (8)" de Nora Patricia Albuérne Wendorf; y (4) "CONFIDENCIAL POR LEY (8)" de Gregorio Martínez Rodríguez. |   |

Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por las Partes en Fojas 439-440 y la entregada por Televisión Digital, S.A. de C.V. y Multimedios Televisión, S.A. de C.V. en el marco de la Licitación No. IFT-6.

N.A. No Aplica.

N.D. No Disponible.

N.S. No significativo.

## Contratos de Afiliación

Adicionalmente las Partes remitieron información respecto a estaciones de radiodifusión sonora y televisión radiodifundida que tienen vínculos comerciales con personas integrantes del GIE del Cesionario consistentes en la “*Afiliación comercial de servicios*”, “*explotación comercial de frecuencias*” y “*comercialización de espacios comerciales*”<sup>26</sup> (Contratos de Afiliación).

Se entiende que existen vínculos o relaciones de *afiliación* cuando los contratos, convenios o acuerdos, formales o informales, independientemente de quien los firme, permitan u obliguen a un concesionario (afiliado), a través de su estación concesionada, a destinar desde el 15% (quince por ciento)<sup>27</sup> hasta la totalidad de su tiempo de contenido programático a retransmitir las señales de canales de programación pertenecientes a la empresa a la cual se afilia.<sup>28</sup>

Las Partes mencionaron que el porcentaje que representa el contenido programático objeto de los Contratos de Afiliación, respecto al total de la programación de las estaciones afiliadas (de 6:00 a 23:00 horas) asciende a “**CONFIDENCIAL POR LEY (5)**” por ciento).

**Toda vez que los Contratos de Afiliación representan más del 40%** (cuarenta por ciento) de las estaciones de radiodifusión afiliadas, a los concesionarios de las estaciones involucradas **también se les considera parte del GIE del Cesionario**,<sup>29</sup> mismos que se presentan en el Cuadro siguiente.

---

<sup>26</sup> Fuente: Fojas 391-392 del Expediente.

<sup>27</sup> Este porcentaje es semejante al utilizado por referencias internacionales. Al respecto, el Código de Regulación Federal de los Estados Unidos de América en el Apartado de Telecomunicaciones (C.R.R. § 73.3555), precisa que cuando se lleve a cabo un contrato de retransmisión de contenido (programación o publicidad) en radio o televisión, en el que la estación que afilia adquiere más del 15% (quince por ciento) del tiempo de transmisión semanal de la estación afiliada y ambas estaciones pertenecen al mismo mercado, las partes que tengan un interés competente en la estación que afilia estarán sujetas a las limitaciones de propiedad establecidas en el Código, y además, la empresa afiliada deberá certificar por escrito que mantendrá el control financiero, de personal y de programación de la estación.

<sup>28</sup> La afiliación puede consistir en las siguientes relaciones:

- La afiliada paga a la empresa que afilia un monto monetario por el licenciamiento de la retransmisión de contenidos. En estos casos, generalmente, el afiliado es quien inserta y cobra por la publicidad dentro de la programación.
- La empresa que afilia paga al afiliado un monto monetario por la retransmisión de contenidos. En estos casos, generalmente, el afiliado retransmite íntegramente la señal y es la empresa que afilia quien inserta y cobra por la publicidad.
- El afiliado retransmite el contenido de la empresa que afilia y cada uno inserta y cobra por publicidad un porcentaje del tiempo total disponible para esos fines.

<sup>29</sup> En la Resolución de Preponderancia en el sector de Radiodifusión se consideró que los concesionarios con contratos de afiliación que representen el 40% (cuarenta por ciento) o más del total de la programación de sus estaciones forman parte del GIE del agente económico que afilia. Fuente: [http://www.ift.org.mx/sites/default/files/p\\_ift\\_ext\\_060314\\_77.pdf](http://www.ift.org.mx/sites/default/files/p_ift_ext_060314_77.pdf).

**Cuadro 9. Personas que forman parte del GIE del Cesionario por Contratos de Afiliación**

| Estación afiliada / Localidad             | Concesionario o sociedad con la que se celebra afiliación (afiliado) | Tipo de relación           | Porcentaje respecto al total de la programación (%) |
|---|--|----------------------------|---|
| XHSDD-TDT (Sabinas, Coahuila)             | Telesistemas de Coahuila, S.A. de C.V.                               | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)* | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)*                          |
| XHPNW-TDT (Piedras Negras, Coahuila)      | XHFJS-TV, S.A. de C.V.   |                            | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)*                          |
| XHBP-FM/Gómez Palacio, Durango            | Radiodifusora XEBP-AM, S.A. de C.V.                                  | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)* | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)*                          |
| XHGZ-FM/ Gómez Palacio, Durango           | Radiodifusora XEGZ AM, S.A. de C.V.                                  |                            | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)*                          |
| XHSAC-FM/ Saltillo, Coahuila              | XESAC-AM, S.A. de C.V.   |                            | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)*                          |
| XHSHT-FM/Salttillo, Coahuila              | XESHT-AM, S.A. de C.V.   |                            | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)*                          |
| XHEAT-FM / Saltillo, Coahuila             | Gutiérrez Meléndez Adalberto   |                            | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)*                          |
| XHHEM-FM /Hidalgo del Parral, Chihuahua   | Radio Chihuahua, S.a. de C.V.  |                            | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)*                          |
| XHXT-FM / Tepic, Nayarit                  | Amplitudes y Frecuencias de Occidente, S.A. de C.V.                  |                            | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)*                          |
| XHGDA-FM / Guadalajara, Jalisco           | Mercadotecnia en Medios de Comunicación, S.A. de C.V.                |                            | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)*                          |
| XHPC-FM / Piedras Negras, Coahuila        | Radio Zócalo, S.A. de C.V.   | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)* | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)*                          |
| XHHC-FM/Ensenada, Baja California         | José Enrique Jiménez Enciso  | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)* | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)*                          |
| XHOO-FM/León, Guanajuato                  | XHOO-FM, S.A. de C.V.  |                            | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)*                          |
| XEGTO-AM-XHGTO-FM/Guanajuato, Guanajuato  | XEGTO-AM, S.A.   |                            | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)*                          |
| XESD-AM-XHSD-FM/Silao, Guanajuato         | Jaced, S.A. de C.V.  |                            | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)*                          |
| XHBO-FM/San José de la Sonaja, Guanajuato | Radio Bo, S.A. de C.V.   |                            | *CONFIDENCIAL POR LEY (4)*                          |

Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por las Partes en Fojas 391-392 y la entregada por Televisión Digital, S.A. de C.V. y Multimedios Televisión, S.A. de C.V. en el marco de la Licitación No. IFT-6.

Nota: Se incluyen a todas las estaciones que tienen contratos, convenios o acuerdos de afiliación con integrantes del GIE del Cesionario. El porcentaje que se presenta es el porcentaje de tiempo de contenido programático que ofrece a la estación afiliada respecto al tiempo de programación total de esta última (de lunes a viernes de las 6:00 a las 23:00 horas).

N.D. No Disponible. Las Partes mencionaron que "Se desconoce" el porcentaje; señalaron que en 2017 la relación comercial generó \*CONFIDENCIAL POR LEY (7)\* pesos de ingresos.

De acuerdo con lo anterior, se concluye que el Cesionario forma parte de un conjunto de empresas que conforman un GIE controlado en última instancia por la Familia González Albuérne al que se le denominará **GIE Grupo Multimedios**, del cual forman

parte el Cesionario, las personas físicas y morales identificadas en el Cuadro 8 y los concesionarios identificados en el Cuadro 9.<sup>30</sup>

Con base en la información disponible, y tomando en consideración los elementos presentados por las Partes bajo protesta de decir verdad, no se identifican Personas Vinculadas/Relacionadas con el GIE Grupo Multimedios adicionales que lleven a cabo actividades en el sector de telecomunicaciones y radiodifusión.<sup>31</sup>

#### 4.2.4 Actividades del GIE Grupo Multimedios

De acuerdo con la información proporcionada por las Partes, el GIE Grupo Multimedios realiza las siguientes actividades económicas en el sector de radiodifusión:

(a) Provisión de servicios de **radiodifusión sonora abierta comercial (SRSAC)** que incluye:

- i. La provisión y venta de tiempos para mensajes comerciales o publicidad en señales de radiodifusión sonora, y
- ii. La provisión y transmisión de señales de radiodifusión sonora (señales de audio o programas) con lo que la población puede recibir de manera directa y gratuita la programación de su emisor, utilizando los dispositivos idóneos para ello.

(b) Provisión de servicios de **televisión radiodifundida digital comercial (STRDC)** que incluye:

- i. La provisión y venta de tiempos para mensajes comerciales o publicidad a través de señales de televisión radiodifundida, y
- ii. La provisión y transmisión de señales de televisión radiodifundida (señales de audio y video o programas), con lo que la población puede recibir de manera directa y gratuita la programación de su emisor utilizando los dispositivos idóneos para ello.

Con base en la información proporcionada por las Partes y la disponible en el RPC, en el Cuadro 10 se identifican las concesiones otorgadas al GIE Grupo Multimedios para proveer servicios de radiodifusión en México (después de la Operación). No se identifica que sea titular de permisos o autorizaciones adicionales.

ESPACIO INTENCIONALMENTE EN BLANCO

---

<sup>30</sup> En el entendido que la determinación del GIE Grupo Multimedios en esta resolución no prejuzga sobre la dimensión e integrantes de tal Agente Económico en otras decisiones o resoluciones emitidas por el Instituto.

<sup>31</sup> Las Partes no identificaron tener vínculos adicionales con otras personas que participen directa o indirectamente en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones.

Cuadro 10. Concesiones, autorizaciones y permisos del GIE Grupo Multimedios (después de la Operación)

| No. | Nombre o Razón social del concesionario/ permisionario | Tipo de Concesión | Distintivo de estación - Banda | Frecuencia                      | Localidad principal a servir         | Directivo                     | Representante Comercial   |
|-----|--|-------------------|--------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|---------------------------|
| 1   | Radio Triunfos   | Comercial         | XEJUA-AM                       | 640 KHz                         | Cd. Juárez, Chihuahua                | Liliana Araceli Ibarra Rivera | Multimedios, S.A. de C.V. |
| 2   |  | Comercial         | XHHIT-FM                       | 95.3 MHz                        | Tecate, Baja California              | Roberto García Rodríguez      |                           |
| 3   |  | Comercial         | XHQC-FM                        | 93.5 MHz                        | Saltillo, Coahuila                   | Juan Manuel Dávila Udave      |                           |
| 4   |  | Comercial         | XET-AM                         | 990 KHz                         | San Nicolás de los Garza, Nuevo León | Francisco González Sánchez    |                           |
| 5   |  | Comercial         | XHPJ-FM                        | 106.9 MHz                       | Monterrey, Nuevo León                |                               |                           |
| 6   |  | Comercial         | XET-FM                         | 94.1 MHz                        | Monterrey, Nuevo León                |                               |                           |
| 7   |  | Comercial         | XHDD-FM/<br>XEDD-AM            | 92.9 MHz/<br>800 KHz            | Ojo de Agua, Nuevo León              | Adalberto Pezino Hernandez    | Independiente             |
| 8   | La Voz de Linares, S.A.                                | Comercial         | XENL-AM                        | 860 kHz                         | Monterrey, Nuevo León                | Francisco González Sánchez    | Multimedios, S.A. de C.V. |
| 9   |  | Comercial         | XERG-AM                        | 690 KHz                         | Guadalupe, Nuevo León                |                               |                           |
| 10  |  | Comercial         | XHLN-FM                        | 105.7 MHz                       | Linares, Nuevo León                  | Fernando Saldaña García       |                           |
| 11  |  | Comercial         | XHCTC-FM                       | 99.9 MHz                        | Cd. Cuauhtémoc, Chihuahua            | Gabriel Dueñas Huerta         |                           |
| 12  |  | Comercial         | XHAHC-FM                       | 90.9 MHz                        | Chihuahua, Chihuahua                 | Efrén Herrera Sánchez         |                           |
| 13  |  | Comercial         | XHFMTU-FM                      | 103.7 MHz                       | Monterrey, Nuevo León                | Francisco González Sánchez    |                           |
| 14  |  | Comercial         | XHVTH-FM                       | 107.1 MHz                       | Matamoros, Tamaulipas                | Héctor Enrique López Saldivar |                           |
| 15  |  | Comercial         | XHAAA-FM                       | 93.1 MHz                        | Reynosa, Tamaulipas                  | Raúl Villarreal Zamora        |                           |
| 16  | Multimedios Radio, S.A. de C.V.                        | Comercial         | XHCLO-FM                       | 107.1 MHz                       | Monclova, Coahuila                   | Juana Patricia García         | Multimedios, S.A. de C.V. |
| 17  |  | Comercial         | XHCTO-FM                       | 93.1 MHz                        | Torreón, Coahuila                    | Juan Gramillo Flores          |                           |
| 18  |  | Comercial         | XHTRR-FM                       | 92.3 MHz                        | Torreón Coahuila                     |                               |                           |
| 19  |  | Comercial         | XHCHA-FM                       | 104.5 MHz                       | Chihuahua, Chihuahua                 | Efrén Herrera Sánchez         |                           |
| 20  |  | Comercial         | XHHPR-FM                       | 101.7 MHz                       | Hidalgo del Parral, Chihuahua        | Jorge Sánchez Carrera         |                           |
| 21  |  | Comercial         | XHSNP-FM                       | 97.7 MHz                        | San Luis Potosí, San Luis Potosí     | Juan Carlos Ruiz Gómez        |                           |
| 22  |  | Comercial         | XHNLO-FM                       | 97.1 MHz                        | Nuevo Laredo, Tamaulipas             | Julián González Martínez      |                           |
| 23  |  | Comercial         | XHTPO-FM                       | 94.5 MHz                        | Tampico, Tamaulipas                  | Víctor Salazar Chávez         |                           |
| 24  |  | Comercial         | XHON-FM                        | 96.1 MHz                        | Tampico, Tamaulipas                  | Carlos Jesús Flores Meza      |                           |
| 25  | Comercial  | XHPUGC-FM         | 96.3 MHz                       | Úrsulo Galván, Cardel, Veracruz | N.D.                                 | N.D.                          |                           |

| No. | Nombre o Razón social del concesionario/ permisionario | Tipo de Concesión             | Distintivo de estación - Banda | Frecuencia | Localidad principal a servir | Directivo                     | Representante Comercial    |                           |
|-----|--|-------------------------------|--------------------------------|------------|------------------------------|-------------------------------|----------------------------|---------------------------|
| 26  | Radio Informativa, S.A. de C.V.                        | Comercial                     | XHPCCC-FM                      | 103.3 MHz  | Ciudad Cuauhtémoc, Chihuahua | N.D.                          | N.D.                       |                           |
| 27  |  | Comercial                     | XHPALV-FM                      | 100.9 MHz  | Alto Lucero, Veracruz        | N.D.                          | N.D.                       |                           |
| 28  |  | Comercial                     | XHCHH-FM                       | 94.9 MHz   | Chihuahua, Chihuahua         | Efrén Herrera Sánchez         | Multimedios, S.A. de C.V.  |                           |
| 29  |  | Comercial                     | XHLRS-FM                       | 95.3 MHz   | Linares, Nuevo León          | Fernando Saldaña García       |                            |                           |
| 30  |  | Comercial                     | XHAW-FM                        | 101.3 MHz  | Monterrey, Nuevo León        | Francisco González Sánchez    |                            |                           |
| 31  |  | Comercial                     | XHITS-FM                       | 106.1 MHz  |                              |                               |                            |                           |
| 32  |  | Comercial                     | XHJD-FM                        | 98.9 MHz   |                              |                               |                            |                           |
| 33  |  | Comercial                     | XHPAG-FM                       | 105.3 MHz  |                              |                               |                            |                           |
| 34  |  | Comercial                     | XEAW-AM                        | 1280 KHz   | Guadalupe, Nuevo León        | Francisco González Sánchez    |                            |                           |
| 35  |  | Comercial                     | XHRYS-FM                       | 90.1 MHz   | Reynosa, Tamaulipas          | Raúl Villarreal Zamora        |                            |                           |
| 36  |  | Comercial                     | XHPCTN-FM                      | 88.3 MHz   | Compostela, Nayarit          | N.D.                          | N.D.                       |                           |
| 37  |  | Comercial                     | XHPMAZ-FM                      | 92.1 MHz   | Mazatlán, Sinaloa            | N.D.                          | N.D.                       |                           |
| 38  |  | Comercial                     | XHPENS-FM                      | 94.7 MHz   | Ensenada, Baja California    | N.D.                          | N.D.                       |                           |
| 39  |  | Radio Centinela, S.A. de C.V. | Comercial                      | XEAU-AM    | 1090 KHz                     | Guadalupe, Nuevo León         | Francisco González Sánchez | Multimedios, S.A. de C.V. |
| 40  | Comercial  |                               | XHR-FM                         | 104.9 MHz  | Linares, Nuevo León          | Fernando Saldaña García       | Multimedios, S.A. de C.V.  |                           |
| 41  | Comercial  |                               | XHFW-FM*                       | 106.3 MHz  | Tampico, Tamaulipas          | Carlos Jesús Flores Meza      | Firmesa                    |                           |
| 42  |  |                               |                                |            |                              |                               |                            |                           |
| 43  | Transmisora Monterrey, S.A. de C.V.                    | Comercial                     | XETKR-AM                       | 1,480 KHz  | Guadalupe, Nuevo León        | Francisco González Sánchez    | Multimedios, S.A. de C.V.  |                           |
| 44  | Televisión Digital, S.A. de C.V.                       | Comercial                     | XHAW-TDT                       | Canal 25   | Monterrey, Nuevo León        | Hugo Ismael Chapa Gamboa      |                            |                           |
| 45  |  | Comercial                     | XHSAW-TDT                      | Canal 21   | Sabinas Hidalgo, Nuevo León  | Guillermo Franco Gallegos     |                            |                           |
| 46  |  | Comercial                     | XHVTV-TDT                      | Canal 51   | Matamoros, Tamaulipas        | Héctor Enrique López Saldívar |                            |                           |
| 47  |  | Comercial                     | XHTDJA-TDT                     | Canal 34   | Guadalajara, Jalisco         | N.D.                          |                            | N.D.                      |
| 48  |  | Comercial                     | XHTDMX-TDT                     | Canal 11   | Ciudad de México             | N.D.                          |                            | N.D.                      |
| 49  | Multimedios Televisión, S.A. de C.V.                   | Comercial                     | XHOAH-TDT                      | Canal 23   | Torreón, Coahuila            | Juan Gramillo Flores          | Multimedios, S.A. de C.V.  |                           |
| 50  |  | Comercial                     | XHLGG-TDT                      | Canal 27   | León, Guanajuato             | Martín Arriaga Soto           |                            |                           |
| 51  |  | Comercial                     | XHVTU-TDT                      | Canal 50   | Cd. Victoria, Tamaulipas     | Armando Orta González         |                            |                           |
| 52  |  | Comercial                     | XHNAT-TDT                      | Canal 32   | Nuevo Laredo, Tamaulipas     | Julián González Martínez      |                            |                           |
| 53  |  | Comercial                     | XHTAO-TDT                      | Canal 47   | Tampico, Tamaulipas          | Víctor Salazar Chávez         |                            |                           |
| 54  |  | Comercial                     | XHMTCO-TDT                     | Canal 33   | Monclova y Castaños, Coah.   | N.D.                          | N.D.                       |                           |
| 55  |  | Comercial                     | XHMTCH-TDT                     | Canal 28   | Ciudad Juárez, Chih.         | N.D.                          | N.D.                       |                           |

| No. | Nombre o Razón social del concesionario/ permisionario | Tipo de Concesión | Distintivo de estación - Banda | Frecuencia | Localidad principal a servir      | Directivo                      | Representante Comercial        |
|-----|--|-------------------|--------------------------------|------------|-----------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| 56  |  | Comercial         | XHTPU-TDT                      | Canal 15   | Puebla, Puebla.                   | N.D.                           | N.D.                           |
| 57  |  | Comercial         | XHMTDU-TDT                     | Canal 29   | Durango, Dgo.                     | N.D.                           | N.D.                           |
| 58  |  | Comercial         | XHTW-FM*                       | 107.1 MHz  | Tampico, Tamaulipas               | Carlos Jesús Flores Meza       | Radiodifusoras Asociadas, S.A. |
| 59  | Telesistemas de Coahuila, S.A. de C.V.                 | Comercial         | XHSDD-TDT                      | Canal 21   | Sabinas, Coah.                    | --                             | --                             |
| 60  | XHFJS-TV, S.A. de C.V.                                 | Comercial         | XHPNW-TDT                      | Canal 39   | Piedras Negras, Coah.             | --                             | --                             |
| 61  | Radiodifusora XEBP-AM, S.A. de C.V.                    | Comercial         | XHBP-FM                        | 90.3 MHz   | Gómez Palacio, Durango            | Juan Gramillo Flores           | Multimedios, S.A. de C.V.      |
| 62  | Radiodifusora XEGZ-AM, S.A. de C.V.                    | Comercial         | XHGZ-FM                        | 99.5 MHz   |                                   |                                |                                |
| 63  | XESAC-AM, S.A. de C.V.                                 | Comercial         | XHSAC-FM                       | 99.3 MHz   | Saltillo, Coahuila                | Juan Manuel Dávila Udave       | Multimedios, S.A. de C.V.      |
| 64  | XESHT-AM, S.A. de C.V.                                 | Comercial         | XHSHT-FM                       | 102.5 MHz  |                                   |                                |                                |
| 65  | Gutiérrez Meléndez Adalberto                           | Comercial         | XHEAT-FM                       | 102.5 MHz  | Hidalgo del Parral, Chihuahua     | Jorge Sánchez Carrera          |                                |
| 66  | Radio Chihuahua, S.a. de C.V.                          | Comercial         | XHHEM-FM                       | 103.7 MHz  | Chihuahua, Chihuahua              | Ricardo Boone Salmón           |                                |
| 67  | Amplitudes y Frecuencias de Occidente, S.A. de C.V.    | Comercial         | XHXT-FM                        | 103.7 MHz  | Tepic, Nayarit                    | Verónica Castañeda Uribe       |                                |
| 68  | Medios de Información de Occidente, S.A. de C.V.       | Comercial         | XHGDA-FM                       | 89.1 MHz   | Guadalajara, Jalisco              | Jaime Barrera Rodríguez        |                                |
| 69  | Radio Zócalo, S.A. de C.V.                             | Comercial         | XHPC-FM                        | 107.9 MHz  | Piedras Negras, Coahuila          | Francisco José Juaristi Santos |                                |
| 70  | José Enrique Jiménez Enciso                            | Comercial         | XHHC-FM                        | 92.1 MHz   | Ensenada, Baja California         | José Fernando Ruiz López       | Megacima Radio, S.A.           |
| 71  | XHOO-FM, S.A. de C.V.                                  | Comercial         | XHOO-FM                        | 102.3 MHz  | León, Guanajuato                  | Edgar Pereda Gómez             | Radorama, S.A.                 |
| 72  | XEGTO-AM, S.A.   | Comercial         | XHGTO-FM                       | 95.9 MHz   | Guanajuato, Guanajuato            | Edgar Pereda Gómez             | Megacima Radio, S.A.           |
| 73  | Jaced, S.A. de C.V.                                    | Comercial         | XHSD-FM                        | 99.3 MHz   | Silao, Guanajuato                 | Edgar Pereda Gómez             | Megacima Radio, S.A.           |
| 74  | Radio Bo, S.A. de C.V.                                 | Comercial         | XHBO-FM/                       | 105.5 MHz  | San José de la Sonaja, Guanajuato | Alejandro Luis Martínez Durán  | Megacima Radio, S.A.           |

Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por las Partes en Fojas 389-392 y la entregada por Televisión Digital, S.A. de C.V. y Multimedios Televisión, S.A. de C.V. en el marco de la Licitación No. IFT-6, el RPC y el Directorio de la CIRT 2017.

N.A: No aplica.

N.D. No Disponible.

\*Estas estaciones fueron cedidas por Flores, S.A. de C.V. a favor de Radio Centinela, S.A. de C.V. y Multimedios Radio, S.A. de C.V. La operación fue autorizada por el Pleno del Instituto el 25 de abril de 2018. Mediante las Resoluciones P/IFT/250418/319 y P/IFT/250418/317.

Como se observa del cuadro anterior, a partir de la Operación, el GIE Grupo Multimedios opera 58 (cincuenta y ocho) estaciones para proveer el SRSAC y 16 (dieciséis) estaciones para proveer el STRDC en distintas localidades del país.

### Solicitudes de concesiones en trámite

Adicionalmente —conforme a información disponible en el Instituto<sup>32</sup>— se identificó que Fundación Ecoforestal, A.C. —integrante del GIE Grupo Multimedios— tiene en trámite:

- “CONFIDENCIAL POR LEY (4)” solicitudes de permiso actualmente concesión de uso social para instalar y operar estaciones de radiodifusión sonora en frecuencia modulada (FM), en “CONFIDENCIAL POR LEY (4)”
- “CONFIDENCIAL POR LEY (4)” de concesión de uso social para instalar y operar una estación de televisión radiodifundida digital en la “CONFIDENCIAL POR LEY (4)”.

### 4.3 Coincidencias en las actividades económicas de las Partes

En el Cuadro siguiente se presenta un resumen de las actividades en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión en las que participan el GIE Grupo Multimedios y el GIE Audio Publicidad.

**Cuadro 11. Servicios en los que participan las Partes, antes de la Operación**

| Servicios/Actividades | GIE Grupo Multimedios | GIE Audio Publicidad |
|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| SRSAC                 | Sí                    | Sí                   |
| STRDC                 | Sí                    | No                   |

Fuente: Elaboración propia con información presentada por las Partes.

Del cuadro anterior se observa que **el GIE Grupo Multimedios y el GIE Audio Publicidad coinciden en el sector de radiodifusión en la provisión del SRSAC**. Este servicio se presta por medio de la emisión de señales de audio hasta los dispositivos receptores a través de bandas de frecuencias en los rangos de 535-1605 kHz (banda AM estándar), 1605-1705 KHz (banda AM ampliada) y 88-108 MHz (banda FM).

Por lo anterior, se concluye que los agentes económicos que participaron en la Operación eran o son titulares de concesiones para prestar servicios de SRSAC que forma parte del sector de **radiodifusión**, por lo que el análisis de cumplimiento de los supuestos que establecen los párrafos primero a cuarto del Noveno Transitorio se realiza respecto de ese **sector**.

<sup>32</sup> Esta información se encuentra disponible en expedientes de la Unidad de Concesiones y Servicios, que es la unidad del Instituto encargada de tramitar solicitudes de concesiones de uso social.

## QUINTO. Evaluación de los requisitos y elementos establecidos en los párrafos primero a cuarto del Noveno Transitorio

Tal y como se refiere en el Considerando Segundo de esta resolución, el Noveno Transitorio está vigente en tanto exista un agente económico declarado preponderante en el sector donde ocurra la concentración que sea materia del aviso.

A este respecto, el 6 de marzo de 2014, el Pleno del Instituto emitió la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión, la cual no ha sido revocada ni modificada en cuanto a la determinación del agente económico preponderante en el sector de radiodifusión (AEPR).

Dado que existe un agente económico preponderante en el sector de radiodifusión, la Operación puede tramitarse y resolverse en términos de lo dispuesto en los párrafos primero a cuarto del Noveno Transitorio.

Conforme a esa misma disposición, los agentes económicos no requieren de una autorización y pueden presentar un aviso tratándose de operaciones en el sector de radiodifusión sin la autorización del Instituto —que conforme a las disposiciones aplicables de la LFTR<sup>33</sup> y LFCE<sup>34</sup> es previa— siempre que reúnan los siguientes requisitos:

1. La operación sea una **concentración**;
2. Los agentes económicos involucrados sean titulares de concesiones;
3. Los agentes económicos involucrados presenten ante el Instituto un aviso por escrito dentro de los 10 (diez) días siguientes a la realización de la concentración, y
4. El aviso se acompañe de la información a que se refiere el artículo 89 de la LFCE y los elementos de convicción que demuestren que la concentración cumple con los 4 (cuatro) requisitos señalados en los incisos **a.** a **d.** del párrafo primero del artículo de mérito.

A continuación, se presentan los elementos y el análisis para determinar si la Operación cumple los requisitos mencionados, tomando en consideración los elementos contenidos en el Expediente aportados por las Partes.

---

<sup>33</sup> Respecto a las cesiones concesiones para uso comercial o privado el artículo 110, tercer párrafo “La **autorización previa de la cesión** a que se refiere este artículo; y respecto de la suscripción o enajenación de acciones o partes sociales que represente el diez por ciento o más del monto de su capital social de concesionarios constituidos como personas morales, el artículo 112 segundo párrafo obliga a dar un aviso de la intención y otorga un plazo al Instituto para resolver.

<sup>34</sup> El artículo 86 establece “Las siguientes concentraciones deberán ser autorizadas (...) antes de que se lleven a cabo (...).”

## 5.1 La Operación constituye una concentración

El término “concentración” no está definido en la LFTR ni en el decreto que la expidió. No obstante, sirve de referencia la definición contenida en la LFCE:

“Capítulo VI  
De las Concentraciones  
Sección I  
De la Definición de Concentración

*Artículo 61. Para los efectos de esta Ley, se entiende por concentración la fusión, adquisición del control o cualquier acto por virtud del cual se unan sociedades, asociaciones, acciones, partes sociales, fideicomisos o activos en general que se realice entre competidores, proveedores, clientes o cualesquiera otros agentes económicos. La Comisión no autorizará o en su caso investigará y sancionará aquellas concentraciones cuyo objeto o efecto sea disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre concurrencia respecto de bienes o servicios iguales, similares o sustancialmente relacionados.” (Énfasis añadido)*

Tratándose de un concepto jurídico indeterminado contenido en el régimen transitorio previsto en el Decreto que expide la LFTR, esta autoridad —en ejercicio de las facultades otorgadas en la fracción LVII del artículo 15 de este ordenamiento— adopta una interpretación del término “concentración” en forma armónica con lo previsto en el artículo 61 de la LFCE —que constituye una disposición administrativa en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, que pertenece al ámbito de sus atribuciones.

Así, se verifica que la Operación constituye una *concentración* consistente en la adquisición, a través de una cesión de derechos y obligaciones, de un título de concesión para el uso comercial de frecuencias de radiodifusión a través de las estaciones XEDD-AM y XHDD-FM, cuya población principal a servir es Ojo de Agua, Nuevo León.

## 5.2 Los Agentes Económicos que realizaron la concentración son titulares de concesiones

### Definición de agente económico —hasta su dimensión de GIE

El término “agente económico” no está definido en la LFTR ni en el decreto que la expidió. No obstante, sirve de referencia la definición contenida en el artículo 3, fracción I, de la LFCE:

*“Artículo 3. Para los efectos de esta Ley, se entiende por:*

*I. Agente Económico: Toda persona física o moral, con o sin fines de lucro, dependencias y entidades de la administración pública federal, estatal o municipal, asociaciones,*

*cámaras empresariales, agrupaciones de profesionistas, fideicomisos, o cualquier otra forma de participación en la actividad económica;*” (Énfasis añadido)

De conformidad con diversos criterios judiciales,<sup>35</sup> aplicados consistentemente en precedentes decisorios del Instituto,<sup>36</sup> los agentes económicos se definen hasta su dimensión de GIE. Lo anterior, en el entendido de que cuando el artículo 3, fracción I, de la LFCE se refiere a “*cualquier otra forma de participación en la actividad económica*”, no se refiere solamente a la presencia de algún sujeto de derecho, sino también a la actividad que éstos pueden desarrollar o realizar y que trasciende a la vida económica del país. Por ende, se colige que un grupo de personas físicas o morales, al participar en la economía como un solo ente, pueden, en su conjunto, considerarse como un “*Agente Económico*”, con independencia de la forma en que el grupo esté configurado.

En ejercicio de las facultades que la fracción LVII del artículo 15 de la LFTR otorga a esta autoridad, para efectos de esta resolución, el término “*agente económico*” se entenderá hasta su dimensión de GIE, definido como un conjunto de sujetos de derecho con intereses comerciales y financieros afines que coordinan sus actividades para participar en los mercados y actividades económicas, a través del control o influencia decisiva, directa o indirecta, que uno de sus integrantes ejerce sobre los demás.

### **Los agentes económicos involucrados en la Operación son titulares de concesiones**

Con base en lo anterior a continuación se evalúa si los agentes económicos —hasta su dimensión de grupos de interés económico— que realizaron la Operación (i.e. el GIE Grupo Multimedios y el GIE Audio Publicidad) son titulares de concesiones.

Como se expone en el Considerando Cuarto, a la fecha de cierre de la Operación:

- El GIE Audio Publicidad era titular de una concesión para usar comercialmente frecuencias de radiodifusión, que es justamente la concesión que se cedió a través de la Operación (véase sección 4.1.3 de esta resolución), y
- El GIE Grupo Multimedios, al cual pertenece el Cesionario, es titular de concesiones para instalar, operar y explotar comercialmente frecuencias de radiodifusión sonora y de televisión radiodifundida digital en varias localidades del país (véase sección 4.2.4 de esta resolución).

---

<sup>35</sup> Véase Tesis Aislada I. 1 o.A.E.57 A (10a.), Registro No. 2009320, INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES, PUEDE DECLARAR PREPONDERANTE TANTO A UN AGENTE ECONÓMICO, COMO A UN GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO. Disponible en: <http://sjf.scjn.gob.mx/SJFSem/Paginas/DetalleGeneralV2.aspx?ID=2009320&Clase=DetalleSemenarioBL>.

<sup>36</sup> Véase, por ejemplo, la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión.

En términos de lo anterior, **se tiene por cumplido el requisito** establecido en el párrafo primero del Noveno Transitorio en el sentido de que **la concentración se realizó “entre agentes económicos titulares de concesiones.”**

### 5.3 El Aviso de Concentración fue presentado en tiempo

De acuerdo con la información y la documentación proporcionada por las Partes la Operación:

- Se realizó en su totalidad el día 19 de abril de 2018, y
- Surtió efectos plenos en esa misma fecha.

De conformidad con el párrafo cuarto del Noveno Transitorio, las Partes deben presentar el Aviso de Concentración ante el Instituto dentro de los 10 (diez) días siguientes al 19 de abril 2018.

Toda vez que el Aviso de Concentración fue presentado por las Partes ante el Instituto el mismo 19 de abril de 2018, **se tiene por cumplido el requisito de presentación dentro del plazo establecido en el párrafo cuarto del Noveno Transitorio.**

### 5.4 Evaluación de los requisitos previstos en los incisos a. a d. del párrafo primero del Noveno Transitorio

#### Elementos para calcular las participaciones sectoriales previstas en los incisos a. y b.

La LFTR no define lo que debe entenderse como *sector de radiodifusión* —aunque sí define radiodifusión<sup>37</sup> y hace referencia a servicios de radiodifusión.

Tomando esos preceptos en consideración, en la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión el Instituto reconoció que el sector de radiodifusión está conformado por 2 (dos) servicios: el SRSAC y el STRDC.

No obstante, por las razones expuestas en esa resolución, el Instituto determinó que para estimar la participación sectorial del AEPR debía considerar únicamente uno de ellos:

#### 1. El STRDC (Servicio de televisión radiodifundida digital comercial).

En efecto, en la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión el Instituto mencionó lo siguiente:<sup>38</sup>

*“De igual forma, destaca que el servicio de radiodifusión, de acuerdo a su definición y naturaleza técnica de funcionamiento, se presta bajo dos formas o modalidades: el servicio*

---

<sup>37</sup> Artículo 3, fracción LIV de la LFTR.

<sup>38</sup> Resolución de Preponderancia en Radiodifusión, páginas 117-118, 121, 304-305, 308 y 310-311.

de radiodifusión sonora (radio) y el servicio de radiodifusión de televisión (televisión), señalando válidamente que cada uno de éstos tiene sus particularidades en cuanto a su forma de transmisión, capacidad de distribución, ancho de banda, alcances y coberturas, elementos que distinguen a una de otra modalidad.

Resulta importante precisar que estas dos formas o modalidades de radiodifusión, radio y televisión, representan en sí mismas servicios distintos, que no son sustitutos entre sí. Mientras que la radiodifusión sonora, ya sea en su modalidad de radio A.M. o de radio F.M., se refiere al servicio de radiodifusión con el que se hace llegar de un punto transmisor a múltiples puntos receptores información audible únicamente (sonidos), en el servicio de televisión se emite información de audio y video asociados (sonidos e imágenes asociados entre sí).

(...)

Esta distinción no es menor, toda vez que no sólo existen implicaciones de carácter técnico, sino también características específicas de los mercados de la radio y de la televisión, en términos de audiencias, tipo y formatos de publicidad, ingresos, cantidad de agentes económicos participantes en cada mercado y, fundamentalmente, circunstancias particulares de competencia y concentración muy distintas en la radio y en la televisión radiodifundidos en los Estados Unidos Mexicanos.

Particularmente, se advierte que estas diferencias provocan que la medición de audiencias, capacidad y usuarios de los servicios de radiodifusión sonora y radiodifusión por televisión se deba hacer separadamente, ya que se trata de indicadores que miden manifestaciones de naturaleza distinta. Este hecho se manifiesta en la práctica generalizada de la industria, la academia y las entidades especializadas, que miden la audiencia, capacidad y usuarios de radiodifusión por televisión separadamente de las que corresponden a la radiodifusión sonora.

(...)

De este modo, de conformidad con la legislación vigente en la materia, se arriba a la determinación que, para la prestación del servicio de radiodifusión se pueden identificar dos tipos de estaciones: (i) estaciones de radiodifusión con fines comerciales (otorgadas a través de una concesión) y (ii) estaciones sin fines comerciales (otorgadas a través de un permiso).

(...)

Por lo anterior, se concluye válidamente que las estaciones de radio y televisión otorgadas bajo la figura de permisos no pueden ser sustitutas de las estaciones de radiodifusión comerciales, de forma que las estaciones permisionadas no son competidores de las estaciones concesionadas de radiodifusión comercial en el mercado de venta de espacios de publicidad en televisión radiodifundida.

(...)

De esta manera, el Instituto llegó a la conclusión de que la televisión radiodifundida es el servicio a través del cual un agente económico podría tener la capacidad para afectar las

condiciones de competencia y libre concurrencia y, con ello, a los usuarios finales con trascendencia en el sector. El Instituto no es omiso respecto del servicio de radio sonora, pues esta autoridad determinó que entre los servicios de radiodifusión el servicio de televisión tiene una mayor relevancia que el servicio de radio sonora para trascender en las condiciones de competencia y concurrencia del sector.

(...)

El sector de la radiodifusión, en efecto, **está conformado por** los servicios de **radio sonora y televisión**. No obstante, estos servicios **son diferentes** entre sí en razón de usuarios, audiencia, redes y la capacidad utilizada de las mismas.

(...)

En estos términos, los ingresos registrados por el INEGI para el servicio de televisión radiodifundida representan ochenta y seis por ciento - 86% - de los ingresos totales atribuibles a lo que aquí se denomina el sector de radiodifusión. El servicio de radio sonora acumuló ingresos equivalentes apenas al catorce por ciento - 14% - restante.

Aunado a lo anterior, a la luz del alcance que tiene la televisión frente al radio, las metodologías con que se miden las audiencias son distintas, pues el aporte que tiene cada uno de estos sobre las decisiones de compra no es la misma.

(...)

Con base en los hechos notorios citados a lo largo de este apartado el Instituto determinó que en el sector de radiodifusión, el servicio de televisión radiodifundida es el que tiene una mayor importancia relativa frente al servicio de radio sonora, debido a:

- Ser el servicio con la mayor exposición por parte de las audiencias;
- La capacidad que tiene este para influir en las decisiones de sus audiencias;
- La capacidad de obtener ingresos al emplear espacios en sus transmisiones para comercializar bienes y servicios;

Estos atributos permiten a este Instituto determinar que es a partir del servicio de televisión radiodifundida que se determinará al agente económico preponderante, en razón de su participación nacional en la prestación de los servicios de radiodifusión. En el entendido que el agente económico que se determine preponderante en el sector de radiodifusión tiene la capacidad de afectar la competencia y libre concurrencia que trascienda al ámbito del sector de radiodifusión.” (Énfasis añadido)

De acuerdo con lo anterior, el Instituto determinó que la radiodifusión sonora forma parte del sector de radiodifusión. La determinación del AEPR consideró sólo el STRDC en cumplimiento al mandato constitucional que refiere a **un** Agente Económico con la “capacidad de afectar la competencia y libre concurrencia que trascienda al ámbito del sector de radiodifusión.”

De manera consistente, en esta resolución el sector de radiodifusión se entiende integrado por el STRDC y el SRSAC. De tal forma que el análisis de los requisitos a. a d. en términos de lo dispuesto en los párrafos primero a cuarto del Noveno Transitorio, se realiza tomando estas dimensiones del sector.

### **Estimación de participaciones en el sector e índices de concentración**

De conformidad con lo establecido en el párrafo segundo del Noveno Transitorio, las participaciones sectoriales y los índices de concentración en el sector se deben calcular “*con base en audiencia*” de las estaciones de radiodifusión.

No obstante, como se señala en la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión, el SRSAC y el STRDC tienen una naturaleza distinta que conlleva realizar mediciones de audiencia de los 2 (dos) servicios de manera separada. “*Este hecho se manifiesta en la práctica generalizada de la industria, la academia y las entidades especializadas, que miden la audiencia, capacidad y usuarios de radiodifusión por televisión separadamente de las que corresponden a la radiodifusión sonora.*”

Además de la complejidad de medir las audiencias del SRSAC y el STRDC de manera conjunta, para el caso del SRSAC no se cuenta con información de audiencia a nivel nacional, pues por la naturaleza del servicio, las empresas que realizan estas mediciones las hacen y reportan a nivel local.

Por otra parte, no se cuenta con información de audiencia del SRSAC para todas las localidades del país (ej. INRAMEDIOS reporta información de audiencia únicamente para cuarenta y cinco localidades). En particular, no se cuenta con información de audiencia en las localidades en las que tiene cobertura de servicio la estación involucrada en la Operación.

Al respecto, las Partes mencionaron lo siguiente:<sup>39</sup>

*“NO HAY ESTUDIOS DE AUDIENCIA EN LOS MUNICIPIOS DE OJO DE AGUA, MONTEMORELOS Y CADEREYTA DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN.”* (Énfasis añadido)

En el SRSAC la capacidad potencial para competir de cada Agente Económico está relacionada directamente con la cantidad de estaciones que opera o de la que es concesionario, así como por su presencia en las localidades donde genera audiencias.

Utilizar el número de estaciones encuentra justificación debido a que el poder de negociación de cada agente económico frente a los contratantes de espacios publicitarios (los anunciantes) depende, en parte, de la cobertura y diversidad de contenidos que puede ofrecer. De esta forma, el número de estaciones que controla

---

<sup>39</sup> Fuente: Foja 392 del Expediente.

cada Agente Económico es un indicador de la audiencia que podría tener en los mercados.

Así, para calcular las participaciones en el sector de radiodifusión “con base en audiencia”, en la presente resolución se consideraron las siguientes fuentes de información:

- Cifras proporcionadas por las Partes basadas en los resultados de la **ENCCA 2016**<sup>40</sup> publicada por el Instituto, la cual mide el hábito de consumo de contenidos de las audiencias de radio y televisión, así como la demanda de contenidos en Internet;

**Cuadro 12. Características de la ENCCA 2016**

| Característica                          | Descripción  |
|---|--|
| Metodología                             | Entrevistas cara a cara a individuos en hogares.                       |
| Población Objetivo                      | Individuos de 7 años o más, habitantes de la República Mexicana.       |
| Periodo de levantamiento de información | 14 de octubre al 24 noviembre del 2016.                                |
| Tamaño de la muestra                    | 8,750 casos finales (6,125 en localidades urbanas y 2,625 en rurales). |
| Nivel de confianza                      | 95%.   |

Fuente: Elaboración propia con información de la ENCCA 2016.

- Información de infraestructura de estaciones para proveer el SRSAC y el STRDC,<sup>41</sup> e
- Información disponible en el Instituto sobre niveles de audiencia del STRDC a nivel nacional obtenidos de reportes de Nielsen IBOPE.

#### 5.4.1 Inciso a.

El inciso a. del párrafo primero del Noveno Transitorio establece lo siguiente:

- a. Generen una reducción sectorial del Índice de Dominancia “ID”, siempre que el índice Hirschman-Herfindahl “IHH” no se incremente en más de doscientos puntos;*

Los índices de concentración IHH e ID se estiman con base en las participaciones de las Partes y terceros agentes económicos que concurren en el sector.

<sup>40</sup> Disponible en:

<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/encca2016vf-compressedacc.pdf>.

Los datos de la ENCCA 2016 se pueden descargar en:

<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/04.basededatosencca2016vvalues1.xlsx>.

<sup>41</sup> Disponible en: <http://www.ift.org.mx/industria/infraestructura>.

En el Cuadro siguiente se presentan las participaciones sectoriales calculadas con las fuentes de información disponibles y considerando los 2 (dos) servicios identificados en el sector de radiodifusión: el SRSAC y el STRDC.

**Cuadro 13. Participaciones (%) a nivel nacional en el sector de radiodifusión – antes de la Operación**

| Variable o fuente de Información                    | Proveedor GIE Grupo Multimedios | Proveedor GIE Audio Publicidad | Proveedor Otros            | TOTAL  |
|---|---------------------------------|--------------------------------|----------------------------|--------|
| ENCCA <sup>1/</sup>                                 | 4.40                            | 0.01                           | 95.59                      | 100.00 |
| Número de estaciones de radiodifusión <sup>2/</sup> | 3.54                            | 0.05                           | 96.41                      | 100.00 |
| Audiencia ( <i>Share</i> ) <sup>3/</sup>            | "CONFIDENCIAL POR LEY (4)"      | "CONFIDENCIAL POR LEY (4)"     | "CONFIDENCIAL POR LEY (4)" | 100.00 |

Fuente: Elaboración propia.

NOTAS:

1/ Las cifras fueron reportadas por las Partes, quienes señalaron que "una ventaja del uso de (la ENCCA) es que permite observar la complementariedad existente entre la radio y la televisión, por lo que permitirá conocer con mayor certeza la penetración que tiene algún grupo en particular dentro de todo el sector, además de que hace comparable la información respecto de las audiencias de radio y televisión, ya que surgen dentro del mismo cuestionario. Con los resultados de esta encuesta, en particular con las respuestas dadas a la pregunta sobre los canales de televisión y estaciones de radio más sintonizados, es posible aproximar la audiencia que tiene cada grupo dentro del sector." Fuente: Fojas 10, 17 y 19 del Expediente.

2/ Las participaciones por Agente Económico se calcularon como sigue: 1) se sumó el número de estaciones para proveer el SRSAC y el número de estaciones para proveer el STRDC; y 2) los resultados del inciso anterior se dividieron entre el total de estaciones de uso comercial existentes en el país: 2,062 (610 para el STRDC y 1,452 para el SRSAC).

3/ Las participaciones por Agente Económico se calcularon como sigue: 1) se calcularon cifras de *share* a nivel nacional en la provisión del STRDC con base en cifras de Nielsen IBOPE – febrero de 2017; 2) se calcularon cifras de *share* a nivel nacional en la provisión del SRSAC utilizando como *proxy* la participación en el número de estaciones de radiodifusión sonora abierta comercial a nivel nacional; y 3) se calculó un promedio ponderado del *share* en el STRDC y del *share* en el SRSAC, con base en la distribución de ingresos destinados a radio y a televisión reportados por el INEGI (de acuerdo con el Censo Económico 2014 –el último disponible– realizado por el INEGI, la actividad económica "Transmisión de programas de Radio" tuvo ingresos de 10,821.06 millones de pesos y la actividad "Transmisión de programas de televisión" ingresos de 54,362.97 millones de pesos; con estas cifras, se tiene que el SRSAC y el STRDC reciben 16.53% y 83.47% de los ingresos de publicidad en el sector de radiodifusión, respectivamente;<sup>42</sup> con esos pesos relativos se calculó el promedio ponderado mencionado anteriormente).

Con base en las participaciones sectoriales a nivel nacional de cada uno de los Agentes Económicos que participan en el sector de radiodifusión, y de conformidad con la metodología establecida en el tercer párrafo del Noveno Transitorio,<sup>43</sup> se calculó el IHH y el ID antes y después de la Operación. Los resultados se presentan en el Cuadro siguiente.

<sup>42</sup> Cifras disponibles en <http://www.beta.inegi.org.mx/app/saic/>.

<sup>43</sup> "Por Índice Hirschman-Herfindahl "IHH" se entiende la suma de los cuadrados de las participaciones de cada agente económico ( $IHH = \sum_i q_i^2$ ), en el sector que corresponda, medida para el caso del sector de las telecomunicaciones con base en el indicador de número de suscriptores y usuarios de servicios de telecomunicaciones, y para el sector de la radiodifusión con base en audiencia. Este índice puede tomar valores entre cero y diez mil.

Para calcular el Índice de Dominancia "ID", se determinará primero la contribución porcentual  $h_i$  de cada agente económico al índice IHH definido en el párrafo anterior ( $h_i = 100q_i^2/IHH$ ). Después se calculará el valor de ID aplicando la fórmula del Hirschman-Herfindahl, pero utilizando ahora las contribuciones  $h_i$  en vez de las participaciones  $q_i$  (es decir,  $ID = \sum_i h_i^2$ ). Este índice también varía entre cero y diez mil."

**Cuadro 14. Índices de concentración en el sector de radiodifusión antes y después de la Operación**

| Variable o fuente de Información      | IHH                   |                         |            | ID                    |                         |            |
|---------------------------------------|-----------------------|-------------------------|------------|-----------------------|-------------------------|------------|
|                                       | Antes de la Operación | Después de la Operación | Diferencia | Antes de la Operación | Después de la Operación | Diferencia |
| ENCCA                                 | 3,097.79              | 3,097.88                | 0.09       | 4,818.71              | 4,818.44                | -0.27      |
| Número de estaciones de radiodifusión | 699.41                | 699.75                  | 0.34       | 2,251.13              | 2,249.12                | -2.01      |
| Audiencia (Share)                     | 3,590.15              | 3,590.20                | 0.05       | 7,767.14              | 7,761.24                | -0.20      |

Fuente: Elaboración propia con información del Cuadro 13.

NOTA:

En el cálculo del IHH y del ID se consideraron únicamente a los principales grupos que prestan servicios de radiodifusión comercial conocidos como Televisa, TV Azteca, Radio Centro, Imagen, Grupo Fórmula, MVS, Acir, Radiorama, TELSUSA y Multimedios.

El resto del mercado se dividió en "otros", de tal manera que la participación de cada uno de los "otros" fuese menor a la del participante más pequeño de los identificados en el párrafo anterior.

Como se observa en el cuadro anterior, la Operación implica una disminución del ID a nivel nacional que va de 0.20 (cero punto veinte) a 2.01 (dos punto cero uno) puntos y un incremento en el IHH que va de 0.05 (cero punto cero cinco) a 0.34 (cero punto treinta y cuatro) puntos. Esto es, la Operación genera una reducción del ID en el sector evaluado y el IHH no se incrementa en más de 200 (doscientos) puntos.

Por lo anterior, la Operación cumple con el inciso a. del párrafo primero del Noveno Transitorio.

#### 5.4.2 Inciso b.

El inciso b. del párrafo primero del Noveno Transitorio establece lo siguiente:

*b. Tengan como resultado que el agente económico cuente con un porcentaje de participación sectorial menor al veinte por ciento;*

Para evaluar el cumplimiento de este requisito debe determinarse la participación sectorial que el GIE Grupo Multimedios acumuló tras la Operación. Al respecto, con base en las cifras presentadas en el Cuadro 13, se observa que antes de la Operación el GIE Grupo Multimedios tenía entre "CONFIDENCIAL POR LEY (4)" por ciento) y 4.40% (cuatro punto cuarenta por ciento) de participación sectorial, mientras que la estación de radio del GIE Audio Publicidad representaba una participación de entre "CONFIDENCIAL POR LEY (4)" y 0.05% (cinco centésimas de un punto porcentual).

Como consecuencia de la Operación, el GIE Grupo Multimedios acumuló una participación en el sector de radiodifusión a nivel nacional de entre “CONFIDENCIAL POR LEY (4)” y 4.41% (cuatro punto cuarenta y un por ciento), la cual es menor a 20% (veinte por ciento).

Por lo tanto, **la Operación cumple con el inciso b. del párrafo primero del Noveno Transitorio.**

#### 5.4.3 Inciso c.

El inciso c. del párrafo primero del Artículo Noveno Transitorio establece lo siguiente:

*c. Que en dicha concentración no participe el agente económico preponderante en el sector en el que se lleve a cabo la concentración, y*

Al respecto, la Operación materia del Aviso de Concentración ocurrió en el sector de radiodifusión, por lo que la condición establecida en el inciso analizado exige que no debe estar involucrada en la Operación ninguna persona que forme parte del AEPR.

Al respecto, las Partes declararon lo siguiente:<sup>44</sup>

*“(...) en el Reporte Anual 2016 a la Bolsa Mexicana de Valores de Grupo Televisa, no hay mención al respecto de alguna relación directa o indirecta con Grupo Multimedios por el contrario, dicho reporte establece que este grupo es un competidor.*

*(...) De lo anterior es posible inferir que Radio Triunfos, Audio Publicidad y/o alguna otra empresa perteneciente a Grupo Multimedios no tiene alguna relación directa o indirecta con el (AEPR).*

*(...) el (AEPR) no participa en el capital social, órganos de decisión y/o administración de Audio Publicidad, Radio Triunfos, (MMR) y entidades relacionadas.*

*(...) ninguno de los Agentes Económicos participantes en la concentración se encuentran relacionados por parentesco y/o participación, órganos de decisión y/o administración con el (AEPR).”*

Con base en lo citado, así como todo lo descrito en el Considerando CUARTO, en el que se describen los GIEs a los que pertenecen las Partes involucradas en la Operación, no se identifica que el AEPR participe en la Operación.

Por lo anterior, **la Operación cumple con el inciso c. del párrafo primero del Noveno Transitorio.**

#### 5.4.4 Inciso d.

El inciso d. del párrafo primero del Noveno Transitorio establece lo siguiente:

---

<sup>44</sup> Fuente: Fojas 20 y 392 del Expediente.

d. *No tengan como efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y concurrencia, en el sector que corresponda.*

A este respecto se reitera que, en términos de lo dispuesto en el cuarto párrafo del Noveno Transitorio, corresponde a los agentes económicos involucrados presentar al Instituto “*los elementos de convicción que demuestren que la concentración cumple con los incisos (...)*.”

#### 5.4.4.1 Marco conceptual

Para evaluar el cumplimiento de este requisito se debe evaluar si la Operación tiene como efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y concurrencia “*en el sector*” de radiodifusión, toda vez que la Operación ocurre en ese sector.

Es de mencionar que el párrafo primero del Noveno Transitorio exige que se cumplan la TOTALIDAD de los 4 (cuatro) incisos a. a d. Los dos primeros implican determinar y evaluar índices y variaciones de concentración con base en las “*participaciones de cada agente económico ( $IHH = \sum q_i^2$ )*”, **en el sector que corresponda**”, así como el porcentaje de participación sectorial que los involucrados tengan en ese sector. Ese análisis tiene como objetivo comparar el tamaño relativo que tienen los agentes económicos involucrados en la Operación dentro del sector y con respecto al agente económico preponderante.

A diferencia de la evaluación que se lleva a cabo en los incisos a. y b., en los que se compara el tamaño relativo en el sector que tienen los agentes económicos involucrados en la Operación, el análisis del inciso d. requiere determinar si la Operación no tiene como efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y concurrencia, en el sector que corresponda.

La evaluación de los efectos de una concentración sobre la libre competencia y concurrencia se realiza tomando como referencia los criterios referidos en los artículos 58, 59, 63 y 64 de la LFCE y los previstos en las Disposiciones Regulatorias correspondientes. Lo anterior debido a que el texto del inciso d. del Noveno Transitorio coincide en el tipo de evaluación a realizar. Identificar si una concentración tiene como efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y concurrencia; y distinguir que esta evaluación debe realizarse en el ámbito del **sector**.

Los criterios tomados como referencia para evaluar los efectos de una concentración — en una dimensión determinada— son además consistentes con la práctica internacional y consisten en:

a) Que los efectos sean inherentes a la concentración;

- b) La identificación de las variaciones en la participación que el agente económico adquirente tenía antes de la transacción y después de la transacción;
- c) Comparar esas participaciones con las de otros participantes;
- d) Si tras la concentración, los demás participantes tienen la capacidad de contrarrestar el poder del agente económico que se concentra;
- e) La evaluación de entrantes potenciales, y
- f) La existencia de barreras a la entrada.

Los efectos —en términos del inciso d. del Noveno Transitorio— deben evaluarse en la libre competencia y concurrencia **en el sector**. Para atender esta dimensión de análisis, se desarrolla un estándar que aplique los criterios para identificar efectos de una concentración en una dimensión de sector — en el que se desarrollan varios procesos competitivos en varias dimensiones geográficas.

En ese sentido, el análisis de los efectos en materia de competencia económica sobre un sector, como lo es el sector de radiodifusión, sólo puede realizarse valorando esos efectos a nivel de cada uno de los servicios/zonas geográficas que integran ese sector, precisando si éstos son positivos, negativos o nulos. A continuación, podría llevarse a cabo una comparación de esos efectos para determinar los efectos netos o agregados de la Operación en ese sector y determinar si ésta no tiene como efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y concurrencia, en el sector que corresponda. Adicionalmente, tal y como se señala en el Dictamen de la Cámara de Senadores relativo a la LFTR y la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión, el sector de radiodifusión está conformado por un conjunto de servicios en el territorio nacional.

De manera gráfica y general, los sectores, por ejemplo, el de radiodifusión, están conformados por un conjunto de servicios y localidades como se presenta a continuación. Para evaluar los efectos “*en el sector*”, es necesario identificar los efectos sobre la competencia que la Operación tendría sobre cada uno de esos servicios y zonas geográficas y, posteriormente comparar esos efectos.

**Figura 2. Representación gráfica de los efectos de una transacción en el sector**

| Localidad   | Servicio        |                 |      |            |
|-------------|-----------------|-----------------|------|------------|
|             | Servicio 1      | Servicio 2      | ...  | Servicio n |
| Localidad 1 | Efecto positivo | Efecto positivo | Nulo | Nulo       |
| Localidad 2 | Efecto negativo | Efecto positivo | Nulo | Nulo       |
| Localidad 3 | Efecto nulo     | Efecto negativo | Nulo | Nulo       |
| ...         | Nulo            | Nulo            | Nulo | Nulo       |
| Localidad n | Nulo            | Nulo            | Nulo | Nulo       |

Fuente: Elaboración propia.

En este ejemplo hipotético, los efectos identificados sobre cada uno de esos servicios y zonas geográficas (positivos, negativos y nulos) tendrían que compararse, para luego determinar si los efectos negativos superan a los positivos o viceversa, y si la Operación tiene o no como efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y concurrencia, en el sector que corresponda.

Es de señalar que esta manera de proceder para evaluar los efectos de la Operación “en el sector” donde se identifican la totalidad de los efectos —positivos, negativos y neutrales— en todos los servicios y áreas geográficas donde incide, ha sido adoptada y aplicada consistentemente en precedentes decisorios de esta autoridad.<sup>45</sup>

Este análisis de los efectos netos en el sector de radiodifusión debe considerar los objetivos señalados en el Dictamen de la Cámara de Senadores relativo a la LFTR en relación con el Noveno Transitorio, consistentes en promover la competencia y el desarrollo de competidores viables en el largo plazo en tanto exista un AEPR, incluso mediante concentraciones.

Tal como se desprende del siguiente extracto del Dictamen de la Cámara de Senadores relativo a la LFTR<sup>46</sup> el Legislativo estableció el siguiente propósito para el artículo Noveno Transitorio:

*“Teniendo en cuenta que el objetivo principal de la Decreto de Reforma Constitucional en materia de telecomunicaciones es aumentar la competencia económica en el sector, estas Comisiones Dictaminadoras establecen en el artículo transitorio Noveno en el que se especifican los casos en que, con el fin de promover la competencia y desarrollar competidores viables en el largo plazo, y siempre que se observen determinados requisitos, no se requerirá de autorización del Instituto Federal de Telecomunicaciones para llevar a cabo una concentración, hasta en tanto exista un agente económico preponderante en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión.*

*Por lo anterior, es claro que el Proyecto de Decreto debe incluir medidas para impulsarlo, al promover la participación de agentes competitivos e incrementar la certidumbre para asegurar la realización de inversiones en pro de la competencia. Se debe fomentar la participación de inversionistas viables que puedan competir en el sector con el agente preponderante, incluso por medio de nuevas concentraciones entre agentes que no hayan sido declarados con dicho carácter.*

(...)

*Para fomentar la participación de nuevos jugadores y otorgar certidumbre a inversiones que benefician la competencia, dado el carácter altamente litigioso del sector de*

---

<sup>45</sup> Véanse, por ejemplo, las resoluciones dentro de los expedientes **UCE/AVC-001-2014** (Grupo Televisa-Cablecom, Páginas 15, 17, 20, 48 y 67, disponible en [http://apps.ift.org.mx/publicdata/P\\_IFT\\_EXT\\_101214\\_273\\_Version\\_Publica.pdf](http://apps.ift.org.mx/publicdata/P_IFT_EXT_101214_273_Version_Publica.pdf)) y **UCE/AVC-001-2015** (Grupo Televisa-Telecable, disponible en [http://apps.ift.org.mx/publicdata/Version\\_Publica\\_P\\_IFT\\_EXT\\_200415\\_85.pdf](http://apps.ift.org.mx/publicdata/Version_Publica_P_IFT_EXT_200415_85.pdf)).

<sup>46</sup> Dictamen de la Cámara de Senadores relativo a la LFTR, páginas 339, 341 y 342.

telecomunicaciones en nuestro país, se propone **un régimen de excepción en materia de concentraciones** para los sectores donde exista un agente económico preponderante, en el contexto del tránsito hacia un **sector con servicios convergentes**.

Lo anterior encuentra plena justificación con la existencia de agentes económicos preponderantes, cuyo carácter impediría alcanzar los objetivos del Decreto de Reforma Constitucional consistentes en **crear condiciones de competencia efectiva en los sectores de radiodifusión v telecomunicaciones**.

Como ya se dijo, debe tomarse en cuenta que el régimen de excepción se encontrará vigente exclusivamente en tanto existan agentes económicos preponderantes en el sector respectivo, y que el objetivo del mismo es que permitan tener un sector menos concentrado, más competitivo, **con participantes que puedan enfrentar al agente económico preponderante, facilitando tal circunstancia con la eliminación de barreras de entrada, en este caso de naturaleza regulatoria.**" (Énfasis añadido)

Así, la evaluación del inciso d. del párrafo primero del Noveno Transitorio consiste en analizar los efectos de la Operación en cada uno de los servicios y zonas geográficas que conforman el sector de radiodifusión, así como su contribución al desarrollo de competidores viables en el largo plazo.

En caso que se verifique que la concentración sí cumple con los requisitos establecidos, entonces este régimen de excepción también prevé que este Instituto debe realizar una investigación en términos de la LFCE para determinar si la concentración genera poder sustancial en los mercados correspondientes y, de ser el caso, imponer las medidas necesarias para proteger y fomentar en dicho(s) mercado(s) la libre competencia y concurrencia. Ese procedimiento de investigación — se reitera— es posterior a la evaluación del aviso que se analiza en la presente resolución.

### **Análisis de los efectos de la Operación en el sector de radiodifusión**

Como se concluye en la sección 4.3. de esta resolución, las Partes involucradas en la Operación, participan en la provisión de servicios en el sector de radiodifusión y **coinciden únicamente en la provisión del SRSAC y no en el del STRDC.**

#### **5.4.4.2 SRSAC**

El Pleno del Instituto ha determinado que el proceso competitivo en el SRSAC ocurre en una dimensión geográfica que corresponde a las localidades de cobertura de la(s) estación(es) involucradas en la concentración que se analiza.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Véanse, por ejemplo, las consideraciones en la evaluación de participantes en los procesos de licitación IFT-1 (de **STRDC** que lo distingue de **SRSAC**) e IFT-4 (de manera consistente distingue al **SRSAC** del **STRDC**; y dentro del **SRSAC** distingue en un proceso competitivo a los que operan la banda AM de los que emplean la banda FM).

A este respecto, las Partes señalaron lo siguiente:<sup>48</sup>

"d.2 La concentración no tiene efectos en el servicio de TV Abierta.

*(...) es importante considerar que Audio Publicidad no presta servicio de televisión por lo que la concentración no aumentará la audiencia de (el GIE Grupo) Multimedios, por lo tanto no es posible que aumente su capacidad para aumentar precios o realizar prácticas monopólicas en este servicio."* (Énfasis añadido)

**El SRSAC se provee a nivel local** tal y como lo autoriza el título de concesión materia de la Operación, limitada por parámetros de potencia y una población principal a servir — que corresponde a Ojo de Agua, Nuevo León.

El SRSAC ha sido analizado por el Instituto en diversas ocasiones.<sup>49</sup> Los principales elementos de análisis son los siguientes:

- **El SRSAC incluye:**
  - a) La provisión y venta de tiempos para mensajes comerciales o publicidad en señales de radiodifusión sonora, y
  - b) La provisión y transmisión de señales de radiodifusión sonora (señales de audio - programas-), con lo que la población puede recibir de manera directa y gratuita la programación de su emisor utilizando los dispositivos idóneos para ello.

Al respecto, las Partes sólo identificaron generar ingresos a través de la prestación del SRSAC en FM:

- 1) En el Acuerdo de Prevención se solicitó a las Partes *"Proporcionar precios promedio mensuales por spot de enero del año 2017 a abril del año 2018 en la estación XEDD-AM y en la estación XHDD-FM"*; en Escrito de Desahogo de Prevención, **las Partes únicamente proporcionaron la tarifa en la estación XHDD-FM.**<sup>50</sup>

*"a) Precios promedios mensuales por spot de 20"* de enero del año 2017 a abril 2018.

*Estación XEDD-AM y XHDD-FM de Audio Publicidad*

*Con cobertura en Montemorelos, Nuevo León.*

| <i>Siglas</i>  | <i>Frecuencia</i> | <i>Spot 20"</i>                   |
|----------------|-------------------|-----------------------------------|
| <i>XHDD-FM</i> | <i>89.9</i>       | <b>"CONFIDENCIAL POR LEY (4)"</b> |

<sup>48</sup> Fuente: Foja 23 del Expediente.

<sup>49</sup> Lo anterior, acorde con lo resuelto por el Pleno del Instituto en los acuerdos de resolución correspondientes a los expedientes: E-IFT/UC/OCC/0002/2013, E-IFT/UC/OCC/0007/2013 y E-IFT/UC/ONP/0012/2013 y E-IFT/UC/ONP/0028/2013. Véase:

[http://apps.ift.org.mx/publicdata/versionpublicapiff18031590\\_1.pdf](http://apps.ift.org.mx/publicdata/versionpublicapiff18031590_1.pdf),  
[http://apps.ift.org.mx/publicdata/versionpublicapiff18031591\\_2.pdf](http://apps.ift.org.mx/publicdata/versionpublicapiff18031591_2.pdf),  
<http://apps.ift.org.mx/publicdata/versionpublicapiff18031592.pdf>, y  
[http://apps.ift.org.mx/publicdata/P\\_IFT\\_011014\\_352\\_Verslon\\_Publica.pdf](http://apps.ift.org.mx/publicdata/P_IFT_011014_352_Verslon_Publica.pdf).

<sup>50</sup> Fuente: Foja 392 del Expediente.

(...)” (Énfasis añadido)

- 2) En el Acuerdo de Prevención se solicitó a las Partes “*Identificar a todos y cada uno de los clientes de espacios publicitarios y contenido en el año 2017 (enero – diciembre), así como 2018 (enero – abril) y los ingresos que generó cada uno de ellos en esos años, de la estación XEDD-AM, de la estación XHDD-FM (...)*”. Al respecto, en Escrito de Desahogo de Prevención, **las Partes únicamente proporcionaron clientes e ingresos de la estación XHDD-FM,**<sup>51</sup> y precisaron que la estación XEDD-AM únicamente retransmite la programación y publicidad de la XHDD-FM.

De conformidad con la información proporcionada por la UER, existen 5 (cinco) estaciones concesionadas que operan en la banda AM con cobertura en la localidad de Ojo de Agua, Nuevo León, de las cuales 2 (dos) –una de ellas la XEDD-AM materia de la Operación- migraron a FM, pero no fueron autorizadas para apagar la AM, por lo que transmiten la misma programación que la frecuencia FM correspondiente y sus espacios publicitarios se venden de forma agregada.

Por otra parte, se identifica que 1 (una) de las estaciones FM con cobertura en la localidad analizada migró a esa FM y dejó de operar la AM.

De esta manera, para el presente caso, **se considera suficiente evaluar explícitamente la oferta del SRSAC en FM,** tal como lo hacen las Partes en la documentación remitida dentro del Aviso de Concentración.

### **Zona geográfica de cobertura de la estación XHDD-FM**

Los títulos de concesión autorizan la prestación del servicio de radiodifusión sonora en un área geográfica determinada que incluye la población principal a servir, así como otras localidades que estén comprendidas dentro del contorno de área de servicio de 60 (sesenta) decibeles (dBU).

**En el caso que nos ocupa,** las Partes mencionaron que la estación XHDD-FM, además de Ojo de Agua, Nuevo León, también tiene cobertura en otras localidades con una mayor población, como **Cadereyta (68,111 habitantes), Montemorelos (45,108 habitantes) –en este municipio se encuentra Ojo de Agua- y Juárez (151,893 habitantes), Nuevo León.**<sup>52</sup>

Las Partes señalaron que la estación XHDD-FM también tiene cobertura de servicio en Marín, Doctor González, Pesquería, Los Ramones y Allende, Nuevo León; sin embargo, esas localidades tienen una población reducida y/o la estación XHDD cubre un porcentaje poco significativo, por lo que no se presenta el análisis de esas localidades

<sup>51</sup> Fuente: Fojas 414-415 del Expediente.

<sup>52</sup> La población indicada corresponde a las localidades – no el municipio- y se obtuvo del Censo de Población y Vivienda (2010) publicado por INEGI. Disponible en <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/ccpv/2010/>.

en la presente resolución. No obstante, es de mencionar que, con base en la información proporcionada por las Partes, los resultados en esas localidades, en términos de participaciones adquiridas por el GIE Grupo Multimedios, son similares a los de Cadereyta, Juárez, Montemorelos y Ojo de Agua.

En resumen, el servicio en el que se analiza la Operación consiste en la provisión del SRSAC en FM en el área de servicio de la estaciónXHDD-FM, que incluye Ojo de Agua, Juárez, Cadereyta y Montemorelos, Nuevo León, en el que participan todas aquellas estaciones cuya área de servicio alcanza a cubrir dichas localidades (Servicio Evaluado).

#### 5.4.4.3 Evaluación de los efectos de la Operación en el sector de radiodifusión

En términos de lo dispuesto en el artículo Noveno Transitorio, los efectos de la Operación se evalúan “*en el sector*”. En esos términos, la Operación tuvo efectos en la provisión del SRSAC en las localidades en las que tiene cobertura de servicio la estaciónXHDD-FM.

A este respecto, las Partes mencionaron lo siguiente:<sup>53</sup>

*“El inciso d. del artículo noveno transitorio señala que debe acreditarse que la concentración ‘(n) no tenga como efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y concurrencia, **en el sector** que corresponda’ de lo que se deriva que el análisis se debe hacer respecto del sector de radiodifusión en el agregado.*

*No obstante lo anterior, dada la naturaleza del servicio de radio comercial, se considera pertinente realizar el análisis de este inciso tanto a nivel nacional (i.e. del sector en agregado) como a nivel local pues la dinámica competitiva puede ser distinta en diferentes localidades. Este análisis muestra que incluso a nivel local, la concentración no tiene el efecto de dañar la competencia y libre concurrencia en el servicio de radio comercial.*

(...)

*Audio Publicidad no presta el servicio de televisión abierta por lo que no hay afectaciones en ese mercado.” (Énfasis añadido)*

Considerando lo anterior, a continuación se presenta el análisis de efectos de la Operación “*en el sector*” de radiodifusión, que está integrado por los servicios de radiodifusión sonora comercial en la banda AM y FM, así como en el de televisión radiodifundida comercial; y tomando en cuenta que a través de la estación objeto de la operación se provee el SRSAC en FM en las localidades en las que tiene cobertura de servicio esa estación, incluyendo Ojo de Agua, Juárez, Cadereyta y Montemorelos, Nuevo León.

De manera gráfica, se tendría la siguiente representación.

---

<sup>53</sup> Fuente: Fojas 23-24 y 33 del Expediente.

Figura 3. Representación gráfica de la incidencia de la Operación en el sector de radiodifusión

| Localidad    | Servicios en el sector de radiodifusión |                       |       |
|--------------|---|-----------------------|-------|
|              | SRSAC en AM                             | SRSAC en FM           | STRDC |
| Localidad 1  | Nulo                                    | Nulo                  | Nulo  |
| Localidad 2  | Nulo                                    | Nulo                  | Nulo  |
| ...          | Nulo                                    | Nulo                  | Nulo  |
| Ojo de Agua  | Nulo                                    | Efecto por determinar | Nulo  |
| Juárez       | Nulo                                    | Efecto por determinar | Nulo  |
| Cadereyta    | Nulo                                    | Efecto por determinar | Nulo  |
| Montemorelos | Nulo                                    | Efecto por determinar | Nulo  |
| ...          | Nulo                                    | Nulo                  | Nulo  |
| Localidad n  | Nulo                                    | Nulo                  | Nulo  |

Fuente: Elaboración propia.

NOTA: El STRDC genera aproximadamente de 83.47% de la inversión en publicidad en el sector de radiodifusión; por su parte, el SRSAC genera el restante 16.53%.<sup>54</sup> Dentro del SRSAC, el número de estaciones en AM y FM representa 22.87% y 77.13% del total de estaciones, respectivamente. Con estas cifras, se estima que el STRDC, el SRSAC en AM y el SRSAC en FM tienen un peso dentro del sector de radiodifusión de 83.47%, 3.78% y 12.75%, respectivamente.

Por lo tanto, para realizar el análisis de efectos de mérito —determinar si una concentración no tiene como efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y concurrencia, en el sector de radiodifusión—, se requerirá analizar los efectos de la Operación en la provisión del SRSAC en FM en las Localidades de **Ojo de Agua, Juárez, Cadereyta y Montemorelos, Nuevo León.**

Lo anterior, tomando como marco de referencia los criterios referidos en la sección 5.4.4.1 de esta resolución.

#### 5.4.4.3.1 Agentes Económicos que participan en el Servicio Evaluado, grado de concentración y poder de mercado

Una vez que se ha determinado el Servicio Evaluado, en sus dimensiones de servicio y geográfica, es necesario identificar los Agentes Económicos que participan en la Operación, sus competidores y los efectos de la Operación en el proceso de competencia y libre concurrencia que corresponda.

A este respecto, con base en información proporcionada por las Partes, en el Cuadro siguiente se presentan las estaciones del SRSAC en la banda FM que tienen cobertura de servicio en Ojo de Agua y Montemorelos, Nuevo León.

<sup>54</sup> Fuente: Cálculos propios con base en el Censo Económico 2014 –el último disponible– realizado por el INEGI; disponible en <http://www.beta.inegi.org.mx/app/saic/>.

**Cuadro 15. Estaciones del SRSAC en FM con cobertura en Ojo de Agua y Montemorelos, Nuevo León**

| Distintivo de la estación | Frecuencia (MHz) | Población principal a servir | Concesionario (Antes de la Operación)       | Directivo                  | Representante Comercial          |
|---------------------------|------------------|------------------------------|---|----------------------------|----------------------------------|
| XHPAG-FM                  | 105.3 MHz        | Monterrey, Nuevo León        | Radio Informativa, S.A. de C.V.             | Francisco González Sánchez | Multimedios, S.A. de C.V.        |
| XHERN-FM                  | 100.9 MHz        | Montemorelos, Nuevo León     | Radio Televisora del Valle, S.A.            | Jorge Gámez Fonseca        | Independiente                    |
| XHCHL-FM                  | 90.1 MHz         | Los Ramones, Nuevo León      | Frecuencia Modulada Monterrey, S.A. de C.V. | Bernardo Bichara Kawas     | Sociedad Mexicana de Radio, S.A. |
| XHDD-FM <sup>A</sup>      | 92.9 MHz         | Ojo de Agua, Nuevo León      | Audio Publicidad                            | Adalberto Pezino Hernández | Independiente                    |

Fuente: Elaboración propia con información contenida en Fojas 30 y 378 del Expediente, el RPC y el Directorio de la CIRT 2017.

Notas:

<sup>A</sup>: Frecuencia Adicional de la estación XEDD-AM.

En Ojo de Agua, Nuevo León opera, adicionalmente, 1 (una) estación del Servicio de Radiodifusión Sonora Abierta Pública.

Las Partes mencionaron que existen otras 4 (cuatro) estaciones con cobertura en Montemorelos, Nuevo León; sin embargo, también mencionaron que esas estaciones cubren menos de 9% (nueve por ciento) de la población de ese municipio, por lo que no se consideran en el análisis; adicionalmente, las Partes mencionaron que *"en el municipio de Montemorelos, Nuevo León, existen únicamente tres estaciones que cubren una porción considerable de su población, dos de las cuales son ajenas a Multimedios"*. Es de señalar que se identificó que 3 (tres) de estas 4 (cuatro) estaciones que no se consideran en el análisis son del GIE Grupo Multimedios.

Considerando los elementos antes expuestos, se observa que el SRSAC en la banda FM en Ojo de Agua y Montemorelos, Nuevo León, se caracteriza por:

- 4 (cuatro) estaciones del SRSAC en FM.
- La estación XHPAG-FM, concesionada a Radio Informativa, S.A. de C.V., pertenece al GIE Grupo Multimedios.

Así, el GIE Grupo Multimedios, en virtud de la Operación, acumuló 2 (dos) estaciones del SRSAC en FM en Ojo de Agua y Montemorelos, Nuevo León.

En el Cuadro siguiente se presentan las estaciones del SRSAC en la banda FM que tienen cobertura de servicio en Cadereyta, Nuevo León, en donde el GIE Grupo Multimedios, en virtud de la Operación, acumuló 2 (dos) estaciones del SRSAC en FM,

**Cuadro 16. Estaciones del SRSAC en FM con cobertura en Cadereyta, Nuevo León**

| Distintivo de la estación | Frecuencia (MHz) | Población principal a servir | Concesionario (Antes de la Operación)       |
|---------------------------|------------------|------------------------------|---|
| XHPAG-FM                  | 105.3 MHz        | Monterrey, Nuevo León        | Radio Informativa, S.A. de C.V.             |
| XHMSN-FM                  | 96.5 MHz         | Cadereyta, Nuevo León        | Jorge Álvaro Gámez González                 |
| XHCHL-FM                  | 90.1 MHz         | Los Ramones, Nuevo León      | Frecuencia Modulada Monterrey, S.A. de C.V. |
| XHDD-FM <sup>A</sup>      | 92.9 MHz         | Ojo de Agua, Nuevo León      | Audio Publicidad                            |

Fuente: Elaboración propia con información contenida en Fojas 30 y 365-378 del Expediente y el RPC.

En el Cuadro siguiente se presentan las estaciones del SRSAC en la banda FM que tienen cobertura de servicio en Juárez, Nuevo León, en donde el GIE Grupo Multimédios, en virtud de la Operación, acumuló 8 (ocho) estaciones del SRSAC en FM,

**Cuadro 17. Estaciones del SRSAC en FM con cobertura en Juárez, Nuevo León**

| Distintivo de la estación | Frecuencia (MHz) | Población principal a servir | Concesionario (Antes de la Operación)       |
|---------------------------|------------------|------------------------------|---|
| XHPAG-FM                  | 105.3 MHz        | Monterrey, Nuevo León        | Radio Informativa, S.A. de C.V.             |
| XHMF-FM                   | 104.5 MHz        | Monterrey, Nuevo León        | XHMF-FM, S.A. DE C.V.                       |
| XHCHL-FM                  | 90.1 MHz         | Los Ramones, Nuevo León      | Frecuencia Modulada Monterrey, S.A. de C.V. |
| XHMG-FM                   | 102.9 MHz        | Monterrey, Nuevo León        | COMUNICACION PROFESIONAL, S.A. DE C.V.      |
| XHMN-FM                   | 107.7 MHz        | Monterrey, Nuevo León        | IMAGEN MONTERREY, S.A. DE C.V.              |
| XHMSN-FM                  | 96.5 MHz         | Cadereyta, Nuevo León        | Jorge Álvaro Gámez González                 |
| XHQQ-FM                   | 93.3 MHz         | Monterrey, Nuevo León        | RADIO EMISORA XHSP-FM, S.A. DE C.V.         |
| XHRK-FM                   | 95.7 MHz         | Monterrey, Nuevo León        | RADIO FIESTA, S.A. DE C.V.                  |
| XHSP-FM                   | 99.7 MHz         | Monterrey, Nuevo León        | RADIO EMISORA XHSP-FM, S.A. DE C.V.         |
| XHXL-FM                   | 91.7 MHz         | Monterrey, Nuevo León        | PROFESIONALES DE LA RADIO, S.A. DE C.V.     |
| XET-FM                    | 94.1 MHz         | Monterrey, Nuevo León        | Radio Triunfos                              |
| XHAW-FM                   | 101.3 MHz        | Monterrey, Nuevo León        | Radio Informativa, S.A. de C.V.             |
| XHFMTU-FM                 | 103.7 MHz        | Monterrey, Nuevo León        | La Voz de Linares, S.A. de C.V.             |
| XHITS-FM                  | 106.1 MHz        | Monterrey, Nuevo León        | Radio Informativa, S.A. de C.V.             |
| XHJD-FM                   | 98.9 MHz         | Monterrey, Nuevo León        | Radio Informativa, S.A. de C.V.             |
| XHPJ-FM                   | 106.9 MHz        | Monterrey, Nuevo León        | Radio Triunfos                              |
| XHSR-FM                   | 97.3 MHz         | Monterrey, Nuevo León        | Stereorey México, S.A.                      |
| XHDD-FM                   | 92.9 MHz         | Ojo de Agua, Nuevo León      | Audio Publicidad                            |

Fuente: Elaboración propia con información contenida en Fojas 30 y 365-378 del Expediente y el RPC.

#### 5.4.4.3.2 Cambios en la posición del agente económico adquirente tras la Operación en el Servicio Evaluado

Este cambio se identifica cuantificando la participación antes y después de la Operación en el Servicio Evaluado.

A este respecto, en el SRSAC las participaciones se determinan o estiman en términos de los porcentajes de audiencia o ingresos por publicidad de cada Agente Económico o del número de estaciones con cobertura en la localidad evaluada. Al respecto, como se mencionó anteriormente, no se cuenta con información de audiencia en las localidades en las que tiene cobertura de servicio la estación involucrada en la Operación. Al respecto, las Partes mencionaron lo siguiente:<sup>55</sup>

<sup>55</sup> Fuente: Fojas 25 y 392 del Expediente.

*"NO HAY ESTUDIOS DE AUDIENCIA EN LOS MUNICIPIOS DE OJO DE AGUA, MONTEMORELOS Y CADEREYTA DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN."*

*"De acuerdo con datos de la ENCCA 2016, la participación sectorial de la estación de Audio Publicidad, medida en términos de audiencia, es muy pequeña (**CONFIDENCIAL POR LEY (4)**) por lo que se considera que es poco probable que Grupo Multimedios pueda incrementar los precios como consecuencia de la concentración."* (Énfasis añadido)

Como se observa, las Partes señalan que no se cuenta con información de audiencia en la localidad evaluada y proponen utilizar como referencia la "participación sectorial".

Sin embargo, como se determinó en la sección 5.4.4.1., los procesos de competencia en el Servicio Evaluado se desarrollan en una dimensión local —tal y como lo ha determinado en forma consistente esta autoridad en precedentes decisorios— por lo que la participación relevante debe ser aquella que permita identificar los efectos de la Operación en esos procesos, esto es, en todas las dimensiones locales involucradas.

#### **5.4.4.3.3 Información disponible**

Las Partes reconocen que *"La ENCAA 2016 tiene una representatividad nacional, por lo que no sería representativo a nivel local estimar la participación de Audio Publicidad seleccionando estaciones locales. Por lo que se debe revisar otras fuentes de información para estimar dicha participación."*<sup>56</sup>

Por otra parte, las Partes señalan que *"No se cuenta con la información respecto de la audiencia de las estaciones de Audio Publicidad en cada uno de los municipios en donde este tiene presencia. Sin embargo, se cuenta con información sobre los Ratings de estaciones de radio en la Zona Metropolitana de Monterrey (...) por lo que consideramos viable hacer el análisis de competencia para dichas localidades con la información disponible de ratings."*<sup>57</sup> A este respecto, se considera que es incorrecto utilizar cifras de audiencia de las estaciones del SRSAC en Monterrey debido a que, como las mismas Partes reconocen, la estación evaluada no tiene cobertura de servicio en esa localidad.

Las Partes señalan que *"la estación de Audio Publicidad se ubica en el lugar **CONFIDENCIAL POR LEY (4)** con mayor rating (**CONFIDENCIAL POR LEY (4)** puntos) (...) En ese sentido, consideramos que es poco probable que Grupo Multimedios pueda realizar acciones que dañen el proceso de competencia y libre competencia, incluso evaluando la concentración a nivel local."*<sup>58</sup> Sin embargo, sin conceder que las cifras de audiencia sean correctas, la baja audiencia reportada de la estación evaluada se debe a que la estación no tiene cobertura en la localidad de Monterrey, no a que sea "poco

---

<sup>56</sup> Fuente: Foja 25 del Expediente.

<sup>57</sup> Fuente: Foja 26 del Expediente.

<sup>58</sup> Fuente: Foja 26 del Expediente.

escuchada” en su área de influencia, por lo que las conclusiones derivadas de ello son imprecisas.

Respecto a la posibilidad de utilizar información de ingresos o ventas por publicidad para calcular participaciones, la información contenida en el Expediente no permite hacerlo debido a que:

- Las Partes no aportaron información de los ingresos de los demás competidores en las localidades evaluadas, y
- No se identifica información pública que permita estimar los ingresos totales en las localidades analizadas por la provisión de servicios de radiodifusión sonora. El INEGI publica los Censos Económicos<sup>59</sup> que reportan ingresos para la actividad económica “*Transmisión de programas de Radio*”, pero no de forma desagregada para los municipios evaluados. En particular, el Censo Económico de 2009 reporta cifras para Monterrey que no es relevante para el análisis.

Así, la mejor información disponible para calcular participaciones consiste en el número de estaciones por operador, dado que es la única información existente en el Expediente y permite estimar participaciones con el nivel de desagregación requerido.

**Considerando lo anterior, para calcular las participaciones en el SRSAC en FM en Ojo de Agua, Juárez, Cadereyta y Montemorelos, Nuevo León, se utiliza el número de estaciones por operador.**

Utilizar el número de estaciones encuentra justificación debido a que la capacidad potencial para competir de cada Agente Económico está relacionada directamente con la cantidad de estaciones que opera o de las que es concesionario. Esto es, el poder de negociación de cada Agente Económico frente a los contratantes de espacios publicitarios (los anunciantes) depende, en parte, de la cobertura y diversidad de contenidos que puede ofrecer. De esta forma, el número de estaciones que controla cada Agente Económico es un indicador que permite estimar la capacidad que tiene para prestar servicios de radiodifusión sonora, así como su posición competitiva.

#### **5.4.4.3.4 Estimación de participaciones**

En esta sección se presenta la información aportada por las Partes y la técnica disponible en el Instituto — aportada por la UER. Las diferencias en la información atienden a la fuente que los aporta. La primera, la aportan las Partes desde su práctica comercial. La segunda, corresponde a información técnica sobre el número de estaciones identificadas con cobertura sobre una localidad — de acuerdo con el Catálogo Único

---

<sup>59</sup> Cifras disponibles en <http://www.beta.inegi.org.mx/app/saic/>.

de Claves de Áreas Geoestadísticas.<sup>60</sup> En esta evaluación se emplea la primera y la segunda sólo sirve de referencia.

### Información aportada por las Partes

Con esta información se identifica que:

- Antes de la Operación existían 4 (cuatro) Agentes Económicos diferentes en la provisión del SRSAC en FM en Ojo de Agua, Nuevo León.<sup>61</sup> En el Cuadro siguiente se presentan las participaciones en términos de número de estaciones antes de la Operación;

**Cuadro 18. Participaciones en el SRSAC en FM en Ojo de Agua, Nuevo León (antes de la Operación)**

| Agente Económico  | Estaciones | Participación (%) |
|---|------------|-------------------|
| <b>GIE Grupo Multimedios</b>                                | <b>1</b>   | <b>25.00</b>      |
| Gámez Fonseca (Radio Televisora del Valle, S.A.)            | 1          | 25.00             |
| Bichara Kawas (Frecuencia Modulada Monterrey, S.A. de C.V.) | 1          | 25.00             |
| <b>GIE Audio Publicidad</b>                                 | <b>1</b>   | <b>25.00</b>      |
| Total   | 4          | 100.00            |

Fuente: Elaboración propia.

- La participación del GIE Grupo Multimedios en el Servicio Evaluado en Ojo de Agua, antes de la Operación, era de 25.00% (veinticinco por ciento) en términos del número de estaciones; en virtud de la Operación, el GIE Grupo Multimedios alcanzó una participación de 50.00% (cincuenta por ciento), y
- El número de competidores del GIE Grupo Multimedios en el Servicio Evaluado en Ojo de Agua se redujo de 3 (tres) a 2 (dos) en virtud de la Operación.

Conforme a información proporcionada por las Partes, en el Cuadro siguiente se presentan las participaciones en términos del número de estaciones por Agente Económico en el SRSAC en FM en Juárez, Montemorelos y Cadereyta, Nuevo León. Como se observa, en virtud de la Operación, la participación del GIE Grupo Multimedios se incrementó a 44.44% (cuarenta y cuatro punto cuarenta y cuatro por ciento) en Juárez, a 50.00% (cincuenta por ciento) en Cadereyta y a 50.00% (cincuenta por ciento) en Montemorelos.

<sup>60</sup> Disponible en: <http://www.inegi.org.mx/geo/contenidos/geoestadistica/catalogoclaves.aspx>.

<sup>61</sup> Los grupos económicos se construyeron con base en información de accionistas disponible para el Instituto, así como al Directivo de las estaciones reportado en el Directorio de la CIRT 2017.

**Cuadro 19. Participaciones en el SRSAC en FM en otras localidades en las que tiene cobertura la estación XHDD-FM (antes de la Operación)**

| Agente Económico  | Juárez     |                   | Cadereyta  |                   | Montemorelos |                   |
|---|------------|-------------------|------------|-------------------|--------------|-------------------|
|   | Estaciones | Participación (%) | Estaciones | Participación (%) | Estaciones   | Participación (%) |
| <b>GIE Grupo Multimedios</b>  | 7          | 38.89             | 1          | 25.00             | 1            | 25.00             |
| Gámez Fonseca (Radio Televisora del Valle, S.A. y Jorge Álvaro Gámez González)  | 1          | 5.56              | 1          | 25.00             | 1            | 25.00             |
| Bichara Kawas (Frecuencia Modulada Monterrey, S.A. de C.V.)   | 1          | 5.56              | 1          | 25.00             | 1            | 25.00             |
| MVS (Stereorey México, S.A.)  | 1          | 5.56              | -          | -                 | -            | -                 |
| Radorama (XHMF-FM, S.A. de C.V.)  | 1          | 5.56              | -          | -                 | -            | -                 |
| Radio Centro (RADIO EMISORA XHSP-FM, S.A. DE C.V. y RADIO EMISORA XHSP-FM, S.A. DE C.V.)                                      | 2          | 11.11             | -          | -                 | -            | -                 |
| Estrada Torres (COMUNICACION PROFESIONAL, S.A. DE C.V., RADIO FIESTA, S.A. DE C.V. y PROFESIONALES DE LA RADIO, S.A. DE C.V.) | 3          | 16.67             | -          | -                 | -            | -                 |
| Imagen (IMAGEN MONTERREY, S.A. DE C.V.)   | 1          | 5.56              | -          | -                 | -            | -                 |
| <b>GIE Audio Publicidad</b>   | 1          | 5.56              | 1          | 25.00             | 1            | 25.00             |
| <b>Total</b>  | 18         | 100.00            | 4          | 100.00            | 4            | 100.00            |

Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por las Partes en Fojas 365-378 del Expediente y disponible en el Instituto.

NOTAS:

Esto es, en las localidades de Juárez, Cadereyta y Montemorelos, Nuevo León, que están dentro del contorno de cobertura de la estación XHDD-FM y tienen mayor población que Ojo de Agua, Nuevo León, los efectos de la Operación serían similares que en Ojo de Agua, Nuevo León, pues, considerando la información proporcionada por las Partes, el GIE Grupo Multimedios alcanzó niveles de participación en términos del número de estaciones de 44.44% (cuarenta y cuatro punto cuarenta y cuatro por ciento) o más.

### Información del Instituto

Considerando información proporcionada por la UER,<sup>62</sup> se identifica que la participación en términos del número de estaciones del GIE Grupo Multimedios en el Servicio Evaluado, con motivo de la Operación:

<sup>62</sup> Fuente: Oficios de la UER IFT/222//UER/DG-IEET/1193/2017 de fecha 27 de septiembre de 2017, IFT/222//UER/DG-IEET/107/2016, de fecha 29 de febrero de 2016 y IFT/222//UER/DG-IEET/761/2018, de fecha 28 de junio de 2018.

- En Ojo de Agua, pasó de 25.00% (veinticinco por ciento) a 50.00% (cincuenta por ciento).
- En Juárez, Cadereyta y Montemorelos, llegó hasta 16.67% (dieciséis punto sesenta y siete por ciento), 61.54% (sesenta y uno punto cincuenta y cuatro por ciento) y 57.14% (cincuenta y siete punto catorce por ciento), respectivamente.

### Disponibilidad de espectro radioeléctrico para el Servicio Evaluado

Conforme a información proporcionada por la UER,<sup>63</sup> existen 3 (tres) frecuencias disponibles para el SRSAC en FM en Ojo de Agua y Montemorelos, Nuevo León.<sup>64</sup> No obstante, en los Programas Anuales de Uso y Aprovechamiento de Bandas de Frecuencias 2016 (PABF 2016), 2017 (PABF 2017) y 2018 (PABF 2018)<sup>65</sup> no está prevista la licitación de frecuencias de espectro radioeléctrico para el SRSAC en esa localidad. Por ello, es previsible que en el corto o mediano plazos la estructura del Servicio Evaluado se mantendrá en los mismos niveles de concentración.<sup>66</sup>

La UER señaló<sup>67</sup> que no existe disponibilidad de frecuencias para el SRSAC en FM en Cadereyta y Juárez, Nuevo León.

#### 5.4.4.3.5 Barreras a la entrada

Otro elemento a considerar en el análisis del grado de concentración y poder de mercado en el Servicio Evaluado. A manera de referencia, se emplean los criterios contenidos en el artículo 59, fracción II, de la LFCE, y el artículo 7 de las Disposiciones Regulatorias, en correlación con los artículos 63 y 64 de la LFCE, los cuales señalan la identificación de barreras a la entrada.

A este respecto, se identifica que los principales costos que enfrentan los proveedores del SRSAC están relacionados con la inversión inicial requerida y la generación o adquisición de contenidos, lo que les permite atraer audiencia y, en última instancia, ingresos por la venta de publicidad a los anunciantes.

En estos términos, un proveedor del SRSAC requiere de invertir en la generación o **adquisición de contenidos** atractivos para los radioescuchas a fin de incrementar su

<sup>63</sup> Fuente: Oficio IFT/222//UER/DG-IEET/761/2018, de fecha 28 de junio de 2018.

<sup>64</sup> Se refiere a la disponibilidad de frecuencias en FM en el segmento 88-106 MHz (con separación de frecuencias a 400 MHz). La UER señala que la información que se reporta, se hace con base en las condiciones actuales de uso del espectro. Para efecto de disponibilidad espectral, se considera el segmento de espectro de FM de 88 a 106 MHz. Asimismo, la UER señala que existe 1 (una) frecuencia disponible en el segmento 106-108 MHz.

<sup>65</sup> Disponibles en <http://www.ift.org.mx/espectro-radioelectrico/politicas-y-programas>

<sup>66</sup> En el PABF 2015 está previsto asignar 1 concesión para el Servicio de Radiodifusión Abierta Pública en Ojo de Agua, Nuevo León.

<sup>67</sup> Fuente: Oficio IFT/222//UER/DG-IEET/761/2018, de fecha 28 de junio de 2018.

nivel de audiencia y sus posibilidades de captar ingresos a través de la venta de publicidad a los anunciantes.

Por el lado de los radioescuchas, los proveedores del SRSAC utilizan solamente el espectro radioeléctrico como canal de transmisión para entregar el servicio; sin embargo, es de señalar que el espectro radioeléctrico empleado por las estaciones de radiodifusión es un recurso limitado.

De esta manera, la necesidad de contar con espectro radioeléctrico es una barrera a la entrada a la provisión del SRSAC debido a que dicho espectro puede ser usado indistintamente por estaciones del servicio comercial o estaciones del servicio público o social, por lo que la **disponibilidad de frecuencias del espectro radioeléctrico**, en este sentido, afecta la provisión del SRSAC.

La **inversión inicial** requerida para instalar una estación de radiodifusión sonora es el principal costo en que incurre un proveedor del SRSAC. Al respecto, el artículo 72 de la LFTR establece que las concesiones para proveer servicios de radiodifusión se otorgarán por un plazo de hasta 30 (treinta) años y podrán ser prorrogadas por plazos iguales.<sup>68</sup> De esta forma, el tiempo estimado por un concesionario para recuperar la inversión inicial debe ser menor que el período de tiempo autorizado por la concesión, sin perjuicio de que el concesionario obtenga una prórroga.

Por otro lado, parte de la infraestructura y equipo utilizados en la operación de estaciones de radiodifusión sonora es altamente especializado, lo cual limita su uso únicamente a la operación de ese tipo de estaciones. Así, sería ausente o escasa la rentabilidad de la infraestructura y equipo utilizada para instalar y operar estaciones de radiodifusión sonora en caso de emplearlos en procesos alternativos.

En cuanto a requerimientos normativos, el artículo 54 de la LFTR establece que el espectro radioeléctrico es un bien del dominio público de la Nación, cuya titularidad y administración corresponden al Estado. Por su parte, el artículo 66 de la LFTR señala que se requiere concesión para prestar cualquier servicio de radiodifusión.

Es decir, el SRSAC solamente se puede prestar al amparo de concesiones de espectro radioeléctrico. En este sentido, la necesidad de contar con una concesión para proveer dicho servicio representa una fuerte **barrera a la entrada de carácter normativa**. Cabe señalar que el espectro asignado por el Estado para la prestación del SRSAC es limitado y, por lo tanto, el acceso a la provisión de ese servicio por parte de nuevos competidores está sujeto a la disponibilidad del insumo referido en cada localidad.

---

<sup>68</sup> El artículo 66 de la LFTR establece que se requerirá concesión única para prestar todo tipo de servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión, las cuales, conforme al artículo 72 de la LFTR, se otorgarán por un plazo de hasta 30 años. El 75 de la LFTR establece que las concesiones de espectro para uso determinado se otorgarán por hasta 20 años, mientras que el artículo 83 de la LFTR establece que las concesiones de espectro para uso público o social se asignarán por un plazo de hasta 15 años.

Por otra parte, el artículo 28 de la CPEUM establece que las concesiones sobre el espectro radioeléctrico para uso comercial solamente podrán otorgarse mediante licitación pública, por lo que los operadores que deseen participar por primera vez en el Servicio Evaluado, después de resultar ganadores de procesos de licitación, deberán realizar los trámites necesarios e instalar la infraestructura para que la estación de radio concesionada comience a operar. Lo anterior implica una **inversión de tiempo** que los nuevos concesionarios deberán realizar antes de participar en la provisión del SRSAC.

Adicionalmente, se debe contar con espectro radioeléctrico disponible en la localidad donde se quiera participar. Una vez identificado el espectro disponible, se debe esperar a que la autoridad lo licite para tener posibilidades de entrar al servicio.

A este respecto, como se mencionó anteriormente, actualmente existen 3 (tres) frecuencias disponibles para estaciones de radiodifusión sonora en FM en Ojo de Agua y Montemorelos, Nuevo León, y no existe disponibilidad en Juárez y Cadereyta. En los PABFs 2016 a 2018, no está prevista la licitación de frecuencias de espectro radioeléctrico para la provisión del SRSAC en FM en esas localidades.

Respecto a las inversiones requeridas en publicidad, si bien los operadores del SRSAC cuentan con diversos medios publicitarios para posicionarse en el servicio de publicidad radiodifundida sonora, el principal elemento que les permite atraer anunciantes es el nivel de audiencia con que cuenta cada estación de radiodifusión. Tal como se precisó previamente, dicha característica es propia de los mercados de dos lados como es el caso del SRSAC. En estos términos, un operador de una estación de radiodifusión requiere de **invertir en la generación o adquisición de contenidos atractivos** para los radioescuchas a fin de incrementar su nivel de audiencia.

En cuanto a prácticas realizadas por Agentes Económicos que se constituyan en restricciones a la libre competencia en la provisión del SRSAC en Ojo de Agua, Nuevo León, no se identifica la existencia de éstas.

Finalmente, el artículo 28 de la CPEUM establece, en su párrafo décimo séptimo, que corresponde al Instituto el otorgamiento y la revocación de concesiones en materia de radiodifusión y telecomunicaciones. Por otra parte, el párrafo décimo sexto del mismo artículo establece que, como autoridad en materia de competencia económica en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, el Instituto ejercerá sus facultades con el objeto de eliminar eficazmente las barreras a la competencia y libre competencia.

En estos términos, es mandato constitucional que el otorgamiento de concesiones para operar estaciones de radiodifusión sonora se realice sin incurrir en actos discriminatorios en favor de ciertos concesionarios.

#### **5.4.4.3.6 Competidores**

Conforme a los criterios establecidos en la sección 5.4.4.1 de esta resolución, la identificación de los efectos de la Operación requiere que se considere la existencia de otros participantes y su capacidad de competir en el Servicio Evaluado frente al agente económico que resulta de la Operación.

Como se mencionó anteriormente, antes de la Operación existían 4 (cuatro) Agentes Económicos diferentes en la provisión del Servicio Evaluado en Ojo de Agua. En virtud de la Operación, el número de competidores en el Servicio Evaluado se redujo de 4 (cuatro) a 3 (tres); la participación en términos del número de estaciones que alcanzó el GIE Grupo Multimédios es de 50% (cincuenta por ciento) considerando la información proporcionada por las Partes y por la UER.

En las localidades adicionales evaluadas: Juárez, Cadereyta y Montemorelos, en virtud de la Operación,

- a) Considerando la información proporcionada por las Partes, el número de competidores se redujo de 8 (ocho) a 7 (siete), de 4 (cuatro) a 3 (tres) y de 4 (cuatro) a 3 (tres), respectivamente; y la participación en términos del número de estaciones del GIE Grupo Multimédios se incrementó a 44.44% (cuarenta y cuatro punto cuarenta y cuatro por ciento), a 50.00% (cincuenta por ciento) y a 50.00% (cincuenta por ciento), respectivamente.
- b) Considerando la información proporcionada por la UER, la participación en términos del número de estaciones del GIE Grupo Multimédios se incrementó hasta 16.67% (dieciséis punto sesenta y siete por ciento), 61.54% (sesenta y uno punto cincuenta y cuatro por ciento) y 57.14% (cincuenta y siete punto catorce por ciento), respectivamente.

#### **5.4.4.3.7 Acceso a insumos — espectro radioeléctrico**

Respecto a las posibilidades de acceso a fuentes de insumos, como se mencionó anteriormente, el principal insumo para la provisión del SRSAC es el espectro radioeléctrico. Una de las principales características del espectro radioeléctrico es su escasez, por lo que existe un número limitado de frecuencias del espectro radioeléctrico que pueden ser utilizadas para este fin en una localidad determinada.

En la actualidad los operadores pueden acceder a obtener una cantidad de este recurso a través de 2 (dos) medios:

- i) Licitaciones públicas, y
- ii) Cesiones de concesiones o enajenaciones de acciones de operadores que proveen el SRSAC (i.e. operaciones en el mercado secundario).

A este respecto, actualmente existen 3 (tres) frecuencias disponibles para estaciones de radiodifusión sonora en FM en Ojo de Agua y Montemorelos, Nuevo León. Sin embargo, en los PABFs 2016 a 2018 no está prevista la licitación de frecuencias de espectro radioeléctrico para el SRSAC en FM en esas localidades, por lo cual no se prevé que en el corto o mediano plazos se incremente la oferta en la provisión del Servicio Evaluado.

En el caso de Cadereyta y Juárez, la UER señaló que no existe disponibilidad de frecuencias para el SRSAC en FM.

No se identifican restricciones significativas al acceso a otros insumos relacionados con la provisión del SRSAC como equipo, personal e instalaciones, los cuales son accesibles para todos los operadores.

#### 5.4.4.3.8 Criterios aplicables a Operaciones que involucran espectro radioeléctrico

Tratándose de Operaciones que involucren espectro radioeléctrico en el sector de radiodifusión, la CPEUM y la LFTR establecen criterios que el Instituto debe observar de manera general.

El artículo 28 de la CPEUM establece:

- a) En el párrafo décimo quinto, que el Instituto tiene a su cargo la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico. Tal disposición es consistente con el artículo 7, segundo párrafo, de la LFTR.
- b) En el párrafo décimo séptimo, que las concesiones podrán ser para uso comercial, público, privado y social que incluyen las comunitarias y las indígenas, las que se sujetarán, de acuerdo con sus fines, a los principios establecidos en los artículos 2o., 3o., 6o. y 7o. constitucionales.

Acorde con lo anterior, el artículo 76 de la LFTR, establece la clasificación de las concesiones sobre el espectro radioeléctrico. Por lo que, su otorgamiento, como parte de la administración del espectro deberá realizarse por el Instituto, según lo dispuesto por la CPEUM, la LFTR, los tratados y acuerdos internacionales firmados por México y, en lo aplicable siguiendo las recomendaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones y otros organismos Internacionales, en términos del artículo 54 de la LFTR.

- c) En el párrafo dieciocho, que las concesiones del espectro radioeléctrico serán otorgadas mediante licitación pública, a fin de asegurar la máxima concurrencia, **previniendo fenómenos de concentración que contraríen el interés público**; y las concesiones para **uso público y social** serán sin fines de lucro y se otorgarán bajo el mecanismo de asignación directa conforme a lo previsto por la ley y **en condiciones que garanticen la transparencia** del procedimiento.

Adicionalmente, los artículos 6, apartado B, fracción III de la CPEUM; 3, fracción LXV y 256, primer párrafo de la LFTR, establecen que la radiodifusión es un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que:

- Sea prestado **en condiciones de competencia** y calidad,
- Brinde los beneficios de la cultura a toda la población,
- Preserve la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional, y
- Contribuya a los fines establecidos en el artículo 3o. de la CPEUM.

#### 5.4.4.3.9 Comportamiento de participantes

Respecto a este elemento, no se identifica que el GIE Grupo Multimedios o los otros competidores identificados en la provisión del SRSAC en Ojo de Agua, Juárez, Cadereyta y Montemorelos, Nuevo León, estén involucrados en algún procedimiento para investigar un posible daño al proceso de competencia y libre concurrencia en ese servicio.

#### 5.4.4.4 Efectos de la Operación en el Servicio Evaluado

Con base en la información presentada en la sección anterior, se identifican los siguientes elementos en la provisión del Servicio Evaluado:

- En términos de la información proporcionada por las Partes, el GIE Grupo Multimedios antes de la Operación contaba con 1 (una) estación para proveer el SRSAC en FM en Ojo de Agua, Montemorelos y Cadereyta, Nuevo León, mientras que en Juárez contaba con 7 (siete) estaciones; y, en virtud de la Operación, acumuló 1 (una) concesión adicional en Ojo de Agua, Montemorelos y Cadereyta, para contar con 2 (dos) de las 4 (cuatro) estaciones que proveen el Servicio Evaluado, mientras que en Juárez llegó a 8 (ocho) estaciones.
- Considerando la información proporcionada por las Partes, el GIE Grupo Multimedios es el competidor con mayor participación en el Servicio Evaluado con **50% (cincuenta por ciento)** en términos del número de estaciones en Ojo de Agua. En las localidades adicionales evaluadas: Juárez, Cadereyta y Montemorelos, el GIE Grupo Multimedios también es el competidor con mayor participación en términos del número de estaciones con 44.44% (cuarenta y cuatro punto cuarenta y cuatro por ciento), 50.00% (cincuenta por ciento) y 50.00% (cincuenta por ciento), respectivamente.

En términos del número de estaciones proporcionado por la UER, la participación del GIE Grupo Multimedios en Ojo de Agua, Juárez, Cadereyta y Montemorelos es de hasta 16.67% (dieciséis punto sesenta y siete por ciento), 61.54% (sesenta y uno punto

cincuenta y cuatro por ciento) y 57.14% (cincuenta y siete punto catorce por ciento), respectivamente.

- En términos de la información proporcionada por las Partes, el competidor en el SRSAC en FM en Ojo de Agua, Nuevo León, con mayor participación después del GIE Grupo Multimedios, tiene 25.00% (veinticinco por ciento); en las localidades adicionales evaluadas: Juárez, Cadereyta y Montemorelos, la participación del competidor más grande del GIE Grupo Multimedios es de 16.67% (dieciséis punto sesenta y siete por ciento), 25.00% (veinticinco por ciento) y 25.00% (veinticinco por ciento), respectivamente.
- **Existen barreras a la entrada** para proveer el SRSAC, pues es necesario contar con una concesión para instalar una estación de radiodifusión sonora; el espectro radioeléctrico es un recurso limitado; parte de la infraestructura y equipo utilizados en la operación de estaciones de radiodifusión sonora es altamente especializado, lo cual limita su uso únicamente a la operación de estaciones de radiodifusión sonora; y se requiere contar con una inversión inicial y tiempo necesario para instalar una estación de radiodifusión sonora.
- Si bien existe disponibilidad de frecuencias para instalar estaciones de radiodifusión sonora en Ojo de Agua y Montemorelos, Nuevo León, conforme a los PABF 2016 a 2018, **no se prevé la licitación de frecuencias** de espectro radioeléctrico para proveer el SRSAC en esas localidades en el corto plazo. Así, el grado de concentración en el Servicio Evaluado no se verá modificado en el corto o mediano plazos.

En el caso de Juárez y Cadereyta, Nuevo León, no existe disponibilidad de frecuencias.

No obstante, las Partes precisaron que no hay estudios de audiencia en las localidades de Ojo de Agua, Juárez, Montemorelos y Cadereyta en el Estado de Nuevo León.<sup>69</sup> En el Instituto tampoco se cuenta con información de audiencia del SRSAC para esas localidades.

Por lo anterior y considerando los elementos presentados por las Partes que se identifican en la sección 5.4.4.5, **no se puede concluir que la Operación tenga como efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y la competencia económica en el SRSAC en FM en el área de cobertura de la estaciónXHDD-FM materia de la Operación, que incluye a Ojo de Agua, Juárez, Cadereyta y Montemorelos, Nuevo León.**

---

<sup>69</sup> Fuente: Foja 392 del Expediente.

## 5.4.4.5 Efectos positivos derivados de la Operación

### 5.4.4.5.1 Marco conceptual

En el análisis de efectos de una concentración —como se refiere en la sección 5.4.4.1 de esta resolución— se deben considerar los efectos positivos (i.e. eficiencias) que acrediten las Partes, que sean inherentes a la concentración evaluada y que incidan favorablemente en el proceso de competencia y libre concurrencia.

En términos generales, en la evaluación de efectos de las concentraciones, cuando se identifica que genera efectos anticompetitivos se analiza también si generará efectos positivos —ganancias en eficiencia— que los contrarresten.

A este respecto, se toman como referencia los criterios previstos en el artículo 14 de las Disposiciones Regulatorias —que **orientan** la evaluación de ganancias en eficiencia— los cuales señalan que tales efectos deben: 1) derivarse específicamente de la concentración evaluada, 2) superar de forma continua los posibles efectos anticompetitivos y 3) resultar en una mejora al bienestar del consumidor.

En el caso que nos ocupa, toda vez que se trata de una Operación evaluada en términos del Noveno Transitorio, el análisis de ganancias en eficiencia es equivalente al análisis de **posibles efectos positivos en el sector derivados de la Operación**. Asimismo, se debe considerar que el Noveno Transitorio se trata de un régimen de excepción al control de concentraciones, cesiones de concesiones y modificaciones accionarias, que tiene por objetivo el desarrollo de competidores viables en el largo plazo, siempre que esos competidores cumplan con los requisitos establecidos en el primer párrafo de ese artículo.

Con base en este marco de referencia, enseguida se evalúan los elementos aportados por las Partes para acreditar efectos positivos que se lograrían con motivo de la Operación.

### 5.4.4.5.2 Elementos presentados por las Partes

A continuación, se citan los elementos presentados por las Partes sobre posibles ganancias en eficiencia o efectos positivos derivados de la Operación.<sup>70</sup>

*“Para concluir con el análisis de este inciso del artículo noveno transitorio de la LFTR, se señala que la operación tendrá beneficios sobre las audiencias pues permitirá que la transmisión de una estación de radio comercial AM, siga operando. En términos generales, la operación permitirá el desarrollo viable de largo plazo de Audio Publicidad, lo cual es uno de los objetivos del régimen de excepción señalado en el artículo noveno transitorio.*

---

<sup>70</sup> Fuente: Fojas 31-34 y 443-448 del Expediente.

(...)

La obligación de mantener las transmisiones de AM podría dañar la viabilidad financiera de Audio Publicidad dada la baja audiencia que presenta. En este sentido, la adquisición de esta por parte de un agente económico como Multimedios permitiría que sus operaciones continúen. Esto sin considerar la transferencia de tecnología que podría aportar Multimedios. Dicho agente económico ha iniciado con la transición a la radio digital y multiprogramación en sus estaciones; desde 2012 solicitó la autorización para transmitir de manera digital en una de sus estaciones y en la Licitación IFT-4 se comprometió a iniciar con transmisiones IBOC-Híbrido.

En este sentido, la concentración permitirá el desarrollo de un competidor en el mercado, lo cual debe ser considerado en la evaluación de los efectos en el proceso de competencia y libre concurrencia que se haga en el sector de radiodifusión. Al ser un mercado de dos lados, se debe evaluar los efectos en ambos lados del mercado.

De esa manera se tiene que del lado de los anunciantes la concentración no generará algún problema de competencia pues no permitirá a Grupo Multimedios fijar los precios sin que algún otro agente pueda contrarrestarlo, ni creará barreras a la entrada. Por el lado de las audiencias, la operación permitirá la subsistencia de la operación y la transferencia de tecnología lo que repercutirá en la calidad que reciban los radio escuchas. En este sentido, la operación tendrá un efecto positivo general.

Aunado a lo anterior, Audio Publicidad está obligado a transmitir en la frecuencia AM lo que podría dañar su viabilidad financiera. La concentración con Grupo Multimedios permitirá la continuidad de las transmisiones y en el largo plazo pueden introducirse mejoras tecnológicas en la transmisión.

(...)

## ANÁLISIS DE GANANCIAS EN EFICIENCIAS

### 1 Eficiencias

En la teoría económica el concepto de eficiencia se refiere a la forma en la que se utilizan los recursos (lo cuales son escasos) para generar cierto nivel de producción al menor costo posible; es decir, el aprovechamiento de los recursos para conseguir un nivel máximo de producción. Sin embargo, distintas estructuras de mercado tienen distintos impactos sobre las eficiencias. Asimismo, este concepto puede ser diferenciado por razones de temporalidad: estáticas o dinámicas.

- *Estáticas: se refieren al uso de recursos dada una tecnología o un conjunto de bienes o servicios, este tipo de eficiencia se divide en asignativa y productiva.*
- *Dinámica: se refiere a la forma en la que las empresas introducen productos y/o procesos productivos nuevos (es decir, innovación).*

Una concentración modifica la estructura del mercado, lo cual puede generar diversos efectos algunos de los cuales pueden considerarse anticompetitivos. El análisis tradicional de una concentración se enfoca en dos aspectos: si la concentración tiene el potencial de

generar poder sustancial de mercado (efectos unilaterales), y si la concentración favorece un comportamiento colusorio en el mercado (efectos coordinados).

Motta (2004) argumenta que una fusión puede causar, en la empresa fusionada y en los competidores, una mayor eficiencia y ahorro en costos derivados de economías de escala o alcance, de una mejor división del trabajo, de un cambio en la administración, de actividades de marketing, etc. Por ello, para la autorización de una concentración no sólo se deben considerar los efectos unilaterales o coordinados, sino las posibles ganancias en eficiencia o sinergia de costos que se deriven de la concentración.

Las eficiencias derivadas de una concentración pueden surgir a través de diversos mecanismos. Por ejemplo, por eficiencias en la operación de la nueva entidad concentrada y que no pueden derivarse de otra vía que no sea la concentración entre agentes. Estas posibles eficiencias pueden transferirse a los consumidores vía precios, calidad de los productos o variedad de productos, entre otras. Otro tipo de eficiencias incluyen la posibilidad de explotar economías de escala, reasignar recursos, mejoras y especialización en las líneas de productos, reducción en los costos de distribución (economías de densidad), entre otras.

#### 1.1 Eficiencias aplicadas al sector de radiodifusión.

Como se señaló en el análisis de los incisos a) a d) del artículo Noveno transitorio de la LFTR, los servicios de radiodifusión presentan características que lo constituyen como un mercado de dos lados.

Los concesionarios que prestan servicios de radiodifusión atienden a dos tipos de consumidores los cuales tienen distintas características. Por un lado, está la población en general que puede recibir las señales, referidos comúnmente como audiencias; y por el otro, los anunciantes quienes buscan espacios dentro de las transmisiones de los concesionarios para transmitir sus pautas.

Al tratarse de un mercado de dos lados es necesario evaluar las interacciones y los efectos que tienen las acciones de los radiodifusores en ambos lados del mercado. Por ejemplo, disminuciones en la calidad de las transmisiones o de los contenidos pueden hacer disminuir la audiencia y por lo tanto presionar hacia abajo los precios de los espacios de publicidad. En este caso, un efecto aparentemente negativo de un lado del mercado tiene aparejado un efecto beneficio en el otro.

Un ejemplo adicional es que las empresas decidan aumentar los precios de la publicidad, esto puede tener como efecto que se retiren algunos anunciantes, lo cual, bajo la lógica de análisis de mercados de un lado, generará una pérdida en el bienestar. Sin embargo, en este mercado se debe considerar que, por lo general, los anuncios publicitarios pueden ser una externalidad negativa para los radioescuchas por lo que una disminución en el número de anuncios puede aumentar su bienestar.

Para evaluar los efectos de una concentración en este tipo de mercados, así como las eficiencias que estas pueden generar, es necesario considerar las externalidades que existen entre los agentes económicos que son atendidos por la plataforma, de esta manera

es necesario evaluar las interacciones y los efectos que tienen las acciones de los radiodifusor es en ambos lados del mercado cuando ocurren cambios en la estructura del mercado guiadas por una concentración entre competidores.

De una revisión de la literatura y actuaciones de otras autoridades de competencia se ha identificado que las concentraciones de estaciones de radio pueden generar las siguientes eficiencias:

- Efecto Cournot.

Las concentraciones de radio pueden tener un efecto portafolio, si las distintas estaciones de radio son complementarias entre sí (distinto perfil o distintas zonas de cobertura) la empresa que se concentra puede ofrecer paquetes más atractivos a los anunciantes permitiéndoles llegar a una mayor cantidad de personas o a un grupo demográfico más específico. Dada la complementariedad de las estaciones de radio, los incentivos de los radiodifusores es disminuir el precio de los paquetes ya que un incremento bajaría la demanda en todas sus estaciones.

Este efecto es similar a la eliminación de la doble marginalización, en lugar de que dos empresas maximicen sus beneficios, una lo realizará de manera más eficiente. A este efecto se le puede sumar la disminución de los costos de transacción, ya que los anunciantes sólo tendrán que negociar con un agente económico y alcanzaran mayores audiencias (one-stop shopping).

- Reposicionamiento de marca.

Existe evidencia de que las concentraciones pueden aumentar la variedad de las estaciones de radio. La compartición de know-how en la forma de producir contenidos puede mejorar la calidad de estos haciéndolos más atractivos para los radioescuchas y aumentando la variedad de programación. Dada la naturaleza de dos lados del mercado, esto también tendrá un efecto positivo sobre los anunciantes pues podrán llegar a una mayor audiencia o a audiencias con características más acordes con su producto.

- Modificación de la estructura de mercado.

El know-how compartido puede impactar cuestiones técnicas de la transmisión, lo cual puede reducir costos. La evidencia sugiere que las mejores técnicas impactan principalmente en los costos fijos de las empresas por lo que es difícil argumentar que estas se trasladaran a los consumidores, no obstante, no se descarta la posibilidad de que ocurra.

- Eficiencias dinámicas.

De manera paralela a la disminución de costos en el corto plazo derivados de una mejora en la eficiencia en la transmisión, las concentraciones en estos mercados pueden tener beneficios en un horizonte de tiempo más amplio que permita transmitir con mejor calidad a los radioescuchas, lo cual podría tener efectos positivos en los anunciantes. Entre este tipo de efectos se encuentra la inclusión de planes de modernización de las redes.

1.1.1. Eficiencias particulares de la concentración entre Audio Publicidad y Radio Triunfos.  
Para el caso particular, consideramos que la concentración entre Radio Triunfos y Audio

Publicidad puede generar eficiencias a través del Efecto Cournot, reposicionamiento de marca y a través de transferencia de tecnología que permitirá aumentar la calidad de las transmisiones. Es necesario señalar que todas estas eficiencias son específicas de la concentración.

A continuación, se presenta la evaluación de cada una de estas eficiencias en el marco de la concentración señalada.

#### A. Efecto Cournot.

En el caso específico de la industria de la radiodifusión, para acreditar que una concentración eliminará el problema de la doble marginalización es necesario establecer que se cumplen dos condiciones:

- i) Que las estaciones de radio de las empresas que se concentran son complementarias; e
- ii) Identificar que la compra de espacios de publicidad en más de una estación de radio genera ahorros para los anunciantes.

Respecto al primer punto, una forma de evaluar si las estaciones de radio son complementarias entre sí, es identificando si antes de que ocurriera la concentración algunos de los anunciantes se anunciaban en estaciones de las dos cadenas.

Respecto de las tablas de ingresos por cliente mostradas anteriormente, es posible identificar que seis anunciantes pagaban publicidad en estaciones pertenecientes a Grupo Multimedios, así como a alguna de las estaciones de Audio Publicidad. Por lo que al menos para dichos agentes las estaciones de radio de ambos grupos pueden ser complementarias.

Una vez establecido la existencia de complementariedad entre las estaciones de radio, es posible señalar (que) tras la concentración, dichos agentes económicos pueden ahorrarse al menos los costos de transacción que representa la negociación con diferentes proveedores de servicios. Este ahorro en los costos de transacción puede verse reflejado en el tiempo que toma lanzar sus anuncios publicitarios en distintas estaciones.

Aunado a lo anterior, es posible que los anunciantes tengan mayor poder de negociación frente a las estaciones concentradas pues ahora comprarán un mayor número de minutos a un solo agente económico.

Respecto del resto de los anunciantes, es poco probable que la concentración pueda tener algún efecto de daño. En el análisis de la fracción d) del artículo noveno transitorio, se estableció que las variaciones en los índices de concentración cumplían los criterios para establecer que la concentración no dañaría el proceso de competencia y libre concurrencia a cualquier nivel que se realice el análisis (nacional o local). Esto se deriva del hecho de que el aumento en la audiencia no es de una magnitud sustantiva que permita aumentar el valor de las transmisiones de Grupo Multimedios, por lo que es poco probable que la adquisición de dicha estación le permita incrementar los precios a los anunciantes.

*Dado lo anterior, se observa que la concentración tiene un efecto neto positivo sobre el bienestar ya que genera ahorros en los costos de transacción y es poco probable que permita un incremento en precios.*

*B. Reposicionamiento de marca.*

*La literatura económica identifica, además del Efecto Cournot, otra razón por la cual una concentración podría disminuir los incentivos para incrementar los precios, y en cierta medida, que las empresas prefieran disminuirlos.*

*La evidencia empírica brinda evidencia a favor del reposicionamiento de marca en la industria radiofónica. Berry y Waldfogel (2001) analizan los efectos de la concentración radiofónica en Estados Unidos después de que se relajaron las restricciones sobre la posesión de estaciones de radio marcadas en la sección 202 de la Telecommunications Act de 1996. Los resultados muestran que incrementos en los índices de concentración de 158 mercados regionales estuvieron asociados con incrementos en la variedad en términos absolutos. Asimismo, encontraron que era menos probable que dos estaciones propiedad de un mismo agente tuvieran el mismo contenido programático.*

*En la concentración entre Global Radio UK Limited y GCap Media plc analizada por la OFT también se encontraron eficiencias como consecuencia del reposicionamiento de la marca (OFT, 2008). Señalaron que es posible que después de la concentración las estaciones de radio modifiquen su perfil para aumentar las audiencias alcanzada o desarrollar audiencias más específicas. En ausencia de concentración, las estaciones de radio tratan de captar al consumidor mediano para tratar de atraer a la mayor cantidad de radioescuchas y con esto maximizar la venta de espacios de publicidad. Como puede verse, la concentración puede incrementar el valor de los espacios de publicidad disponibles en las transmisiones sin que perjudique a las audiencias.*

*Para el caso particular, se ha señalado anteriormente que debido al clima de inseguridad que se vive en el país, así como a cuestiones tecnológicas y económicas, la empresa Audio Publicidad empezó a presentar una disminución en sus ingresos por venta de publicidad. Esto afectó el desarrollo operativo y crecimiento de la estación, a tal grado que hubo ocasiones que no tenía para solventar los gastos operativos de la estación. Esto pudo tener una repercusión en la calidad de transmisión y en caso de continuar con dicha tendencia, es probable que saliera del mercado afectando a los radioescuchas.*

*Con la adquisición por parte de Radio Triunfos, y dado el know-how con el que cuenta Grupo Multimedios en las transmisiones de radio, permitirá que las operaciones de la estación de Audio Publicidad mantengan su calidad, y genere incentivos a aumentarla. Las audiencias de Audio Publicidad son bajas y en este mercado, la forma que permite incrementarlas, es ofreciendo contenido de calidad, por lo que la concentración generará incentivos a mejorar las transmisiones lo cual se verá reflejado en un aumento del bienestar neto para las audiencias.*

### *C. Eficiencias dinámicas.*

*Además de aumentar la calidad de las transmisiones al existir los incentivos para reposicionar la marca, la operación tendrá beneficios sobre las audiencias en el largo plazo pues permitirá que la transmisión de una estación de radio comercial AM siga operando y se incremente la calidad técnica de las transmisiones. En términos generales, la operación permitirá el desarrollo viable de largo plazo de Audio Publicidad.*

*En el (Acuerdo de Transición 2008) se determinó que los concesionarios y permisionarios de radio que operan en la banda de AM, podrían solicitar el cambio de frecuencia para operar en la banda de FM. Al respecto, se estableció que los concesionarios que solicitaran el cambio de frecuencia deberían transmitir durante un año a partir del cambio, el mismo contenido de programación en forma simultánea en las frecuencias de AM y FM. No obstante, en caso de que en la zona en donde se solicitó dicho cambio únicamente se reciban señales de AM, la transmisión simultánea debe seguir operando por el plazo que determine la autoridad.*

*Como consecuencia de lo anterior, el 9 de julio de 2014 el Pleno del IFT aprobó el "Acuerdo por el que el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones determina estaciones de radiodifusión que deberán seguir operando en la banda de amplitud modulada en términos del punto sexto del 'Acuerdo de Transición 2008' mediante el cual se determinó que con el objeto de garantizar la continuidad del servicio de radiodifusión sonora en el país, veintisiete estaciones de AM que solicitaron el cambio de frecuencia a FM, deberán continuar operando simultáneamente en ambas bandas hasta el término de la vigencia de su respectiva concesión o bien, hasta que el IFT lo determine.*

*Una de las veintisiete estaciones que deberán continuar ofreciendo su programación en AM hasta el término de su concesión es la correspondiente a la frecuencia XEDD-AM operada por Audio Publicidad, para la cual se determinó que "Después de realizado el análisis de continuidad del servicio de radiodifusión sonora en los municipios comprendidos dentro del área de servicio de la estación XEDD-AM sujeta al Acuerdo de Transición, se determinó que dicha continuidad no está garantizada por otras estaciones de radiodifusión en las localidades de los municipios de Galeana y Rayones, Nuevo León". Por lo anterior, la estación de Audio Publicidad está obligada a seguir transmitiendo su señal de AM.*

*La obligación de mantener las transmisiones de AM podría dañar la viabilidad financiera de Audio Publicidad dada la baja audiencia que presenta. En este sentido, la adquisición de esta por parte de un agente económico como Multimédios permitiría que sus operaciones continúen.*

*Adicionalmente, es necesario considerar que tras la concentración exista una transferencia de tecnología. Grupo Multimédios ha iniciado con la transición a la radio digital y multiprogramación en sus estaciones; desde 2012 solicitó la autorización para transmitir de manera digital en una de sus estaciones y en la Licitación IFT-4 se comprometió a iniciar con transmisiones IBOC-Híbrido. Dicho de otra manera, la digitalización forma parte de la estrategia de Grupo Multimédios y en algún momento se aplicará a la estación de Audio Publicidad.*

Lo anterior, también tendrá un efecto neto positivo en el bienestar de las audiencias y los anunciantes pues permitirá el desarrollo de un competidor en el largo plazo.

#### D. Conclusiones

Las eficiencias señaladas anteriormente sólo surgen como consecuencia de la concentración. La disminución en los costos de transacción surge por la eliminación de la doble marginalización, situación que no podría alcanzarse de manera individual. De la misma forma, la experiencia que aportará Grupo Multimedios para el desarrollo de las estaciones de Audio Publicidad no puede darse de manera ajena a la operación, ni la viabilidad financiera de las estaciones de dicha compañía.

Como se acreditó en el análisis del inciso d) del artículo noveno transitorio, la operación no generará problemas al proceso de competencia y libre concurrencia, por lo que los beneficios descritos anteriormente implican un aumento neto positivo del bienestar de los clientes y audiencias de Audio Publicidad.

#### 5.4.4.5.3 Análisis de los elementos presentados por las Partes

En resumen, las Partes ofrecieron los siguientes elementos respecto a los posibles efectos positivos derivados de la Operación:

1. (Los anunciantes) pueden ahorrarse al menos los costos de transacción que representa la negociación con diferentes proveedores de servicios (...) y es poco probable que (la Operación) permita un incremento en precios;
2. Audio Publicidad empezó a presentar una disminución en sus ingresos por venta de publicidad (...) Esto pudo tener una repercusión en la calidad de transmisión y en caso de continuar con dicha tendencia, es probable que saliera del mercado afectando a los radioescuchas. Con la adquisición por parte de Radio Triunfos, y dado el know-how con el que cuenta Grupo Multimedios en las transmisiones de radio, permitirá que las operaciones de la estación de Audio Publicidad mantengan su calidad;
3. Tendrá beneficios sobre las audiencias en el largo plazo pues permitirá que la transmisión de una estación de radio comercial AM siga operando y se incremente la calidad técnica de las transmisiones;
4. La obligación de mantener las transmisiones de AM podría dañar la viabilidad financiera de Audio Publicidad dada la baja audiencia que presenta. En este sentido, la adquisición de ésta por parte de un agente económico como Multimedios permitiría que sus operaciones continúen, y
5. En el largo plazo pueden introducirse mejoras tecnológicas en la transmisión (...) Grupo Multimedios ha iniciado con la transición a la radio digital y multiprogramación en sus estaciones; (...) la digitalización forma parte de la

estrategia de Grupo Multimedios y en algún momento se aplicará a la estación de Audio Publicidad.

Respecto al punto 1, las Partes mencionan que los anunciantes pueden ahorrar costos de transacción al negociar sólo con el GIE Grupo Multimedios, en lugar de negociar con el GIE Grupo Multimedios y el GIE Audio Publicidad; sin embargo, no proporcionaron estimaciones de esos costos ni los ahorros que podría generar la Operación.

Ahora bien, las Partes mencionan que sólo “CONFIDENCIAL POR LEY (4)” anunciantes pagaban publicidad en estaciones pertenecientes a Grupo Multimedios, así como a alguna de las estaciones de Audio Publicidad.” De acuerdo con ello, sólo “CONFIDENCIAL POR LEY (4)” de “CONFIDENCIAL POR LEY (4)” clientes de la estaciónXHDD-FM<sup>71</sup> podrían tener los supuestos ahorros en los costos de negociación con proveedores, lo cual es poco significativo.

En cuanto a los puntos 2, 3 y 4, las Partes argumentan un problema de “viabilidad financiera” de la estaciónXHDD-FM que probablemente la hubiera llevado a “salir del mercado afectando a los radioescuchas”, y que la adquisición de ésta por parte del GIE Grupo Multimedios permitirá continuar con su operación y que la estaciónXEDD en AM siga operando.

A este respecto, las Partes señalaron que la estaciónXHDD-FM tiene “la carga de continuar operando su frecuencia de AM, lo cual implicó mayores gastos, lo que abundó en su decisión de llevar a cabo la concentración que nos ocupa.” Asimismo, las Partes remitieron la siguiente información financiera:

**Cuadro 20. Balance general de Audio Publicidad**

| Concepto (pesos nominales)           | diciembre de 2017          |
|--------------------------------------|----------------------------|
| Ingresos                             | “CONFIDENCIAL POR LEY (7)” |
| Egresos                              | “CONFIDENCIAL POR LEY (7)” |
| Utilidad neta del ejercicio anterior | “CONFIDENCIAL POR LEY (7)” |
| Utilidad neta                        | “CONFIDENCIAL POR LEY (7)” |
| Activos                              | “CONFIDENCIAL POR LEY (7)” |

Fuente: Elaboración propia con información contenida en Fojas 265-273 del Expediente.

**Cuadro 21. Información de la estaciónXHDD-FM**

| Concepto (pesos nominales)                | diciembre de 2017          |
|---|----------------------------|
| Ingresos                                  | “CONFIDENCIAL POR LEY (7)” |
| Utilidad operativa                        | “CONFIDENCIAL POR LEY (7)” |
| Utilidad operativa en enero-abril de 2018 | “CONFIDENCIAL POR LEY (7)” |

Fuente: Elaboración propia con información contenida en Fojas 414-415 del Expediente.

<sup>71</sup> Las Partes señalaron que de enero a abril de 2018 la estaciónXHDD-FM registró 44 (cuarenta y cuatro) clientes. Fuente: Fojas 414-415 del Expediente.

De los cuadros anteriores se observa que en el ejercicio fiscal 2016 Audio Publicidad tuvo un resultado desfavorable (pérdida neta); y en el año 2017 tuvo una recuperación y obtuvo un resultado positivo (beneficio neto). En el caso de la estación XHDD-FM, se observa que tuvo un resultado favorable en el año 2017, pero reportó pérdidas en los primeros meses de 2018, lo cual es un indicio de que la estación podría estar entrando en un proceso de inviabilidad financiera.

Así, las Partes acreditan que, en ausencia de la Operación, podría ponerse en riesgo la viabilidad de largo plazo de la estación XHDD-FM y la continuación de la operación de la estación XEDD-AM.

Tal y como se señala en la sección 5.4.4.1, el Noveno Transitorio tiene como propósito específico "*fomentar la participación de inversionistas viables que puedan competir en el sector con el agente preponderante, incluso por medio de nuevas concentraciones entre agentes que no hayan sido declarados con dicho carácter.*". Al respecto, se determina que las Partes aportaron la información financiera de la estación XHDD-FM que permite prever que la adquisición por parte del GIE Grupo Multimedios le permitirá continuar con sus operaciones, así como continuar con las operaciones de la estación XEDD-AM, lo cual significa mantener la oferta del servicio en beneficio de las audiencias. Así, por medio de la concentración que es objeto de la Operación, se permitirá *fomentar la participación de la estación XHDD como un agente económico viable que pueda competir en el sector de radiodifusión.*

Adicionalmente, como lo señalan las Partes respecto al punto 5, con motivo de la Operación, *en el largo plazo pueden introducirse mejoras tecnológicas en la transmisión,* tales como la digitalización y multiprogramación de la estación XHDD-FM.

#### 5.4.4.6 Conclusiones inciso d.

Con base en el análisis realizado se tiene lo siguiente:

- a) Con la información disponible en el Expediente no se puede concluir que la Operación tenga como efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y concurrencia, en el sector de radiodifusión que le corresponde, y
- b) Las Partes acreditan que la Operación permitirá al GIE Grupo Multimedios dotar de viabilidad en el largo plazo a la estación XHDD-FM - y que continúe operando la estación XEDD-AM- así como su transición a la digitalización y multiprogramación. Esto es, preserva la oferta de estaciones de radiodifusión en funcionamiento en las localidades en las que tienen cobertura las estaciones XHDD-FM y XEDD-AM.

En suma, las Partes aportaron elementos de convicción suficientes para que esta autoridad identifique que la Operación garantizará la viabilidad de los Agentes

Económicos que no han sido declarados preponderantes en el sector de radiodifusión. Esta conclusión se ilustra en el siguiente cuadro.

**Figura 4. Representación gráfica de los efectos de la Operación en el sector de radiodifusión**

| Localidad    | Servicios en el sector de radiodifusión |             |       |
|--------------|---|-------------|-------|
|              | SRSAC en AM                             | SRSAC en FM | STRDC |
| Localidad 1  | Nulo                                    | Nulo        | Nulo  |
| Localidad 2  | Nulo                                    | Nulo        | Nulo  |
| ...          | Nulo                                    | Nulo        | Nulo  |
| Ojo de Agua  | Nulo                                    | Positivo    | Nulo  |
| Juárez       | Nulo                                    | Positivo    | Nulo  |
| Cadereyta    | Nulo                                    | Positivo    | Nulo  |
| Montemorelos | Nulo                                    | Positivo    | Nulo  |
| ...          | Nulo                                    | Nulo        | Nulo  |
| Localidad n  | Nulo                                    | Nulo        | Nulo  |

Fuente: Elaboración propia.

Por lo anterior, la Operación CUMPLE con el inciso d. del párrafo primero del Noveno Transitorio.

#### 5.4.4.7 Cláusula de no Competir

El Convenio de Cesión firmado por las Partes incluye una cláusula de no competir en los términos siguientes:<sup>72</sup>

#### **"CONFIDENCIAL POR LEY (6)"**

Las Partes señalaron lo siguiente respecto a las razones por las que estipularon la cláusula de no competir:<sup>73</sup>

*"Se considera que la obligación de no competencia es justificada y razonable, y no tiene el objetivo de dañar el proceso de competencia y libre concurrencia. Lo anterior en virtud de que dicha cláusula se encuentra acotada en cuanto a la posibilidad de que la parte cedente y/o sus accionistas puedan participar en el sector de la radiodifusión.*

(...)

*La cláusula de no competencia protege de que se explote de manera oportunista el activo intangible señalado a través de un radiodifusor establecido, ya que dicha cláusula impide la adquisición de una empresa en marcha. El conocimiento en la operación del negocio, así como el reconocimiento de una marca establecida, que pueda ser adquirida por Audio Publicidad, puede impedir la realización del objetivo de la concentración y hacer poco redituable la adquisición de las frecuencias de radiodifusión.*

<sup>72</sup> Fuente: Fojas 5-6 y 67-67 del Expediente.

<sup>73</sup> Fuente: Fojas 5-6 y 389 del Expediente.

*Se considera que dicho comportamiento oportunista no surgiría en una situación en donde se inicia con una nueva señal de radiodifusión que no goza de algún reconocimiento de marca, por lo cual la cláusula de no competencia no impide la adquisición de nuevas concesiones a través de procesos de licitación, ni restringe la operación de estaciones de radiodifusiones adquiridas a través de dicha vía. Al respecto, cabe recordar que el Programa Anual de Uso y Aprovechamiento de Bandas de Frecuencia 2018, señala que en el IFT iniciará la licitación de frecuencias de espectro radioeléctrico para uso comercial para el servicio de radiodifusión de las bandas de Amplitud Modulada, Frecuencia Modulada y Televisión Digital Terrestre, durante el segundo semestre del año 2018, por lo que se espera que Audio Publicidad, así como otros agentes económicos, puedan participar en dichos procedimientos.*

(...)

*Por lo que concierne a la cláusula de no competir, las condiciones de la misma fueron acordadas por las partes, considerando que la actividad a la cual se comprometió el vendedor fue a no competir en actividades de radiodifusión en general. Para efectos de esta cláusula, el vendedor está autorizado para la comercialización de la estación.”*

#### **5.4.4.7.1 Análisis de la Cláusula de no Competir**

Las cláusulas de no competir no son sancionables ni prohibidas *per se*, sino que se sujetan a una evaluación de razonabilidad caso por caso para identificar si éstas o parte de éstas constituyen una restricción a la libre concurrencia y competencia económica o son justificables en tanto tienen el propósito de proteger la realización eficiente de las concentraciones.

En toda concentración, los vendedores transfieren por completo a los adquirentes o compradores la propiedad y el uso de los activos tangibles y algunos activos intangibles, como las marcas, que están involucrados, al momento de que se perfecciona la operación. Sin embargo, algunos activos intangibles que forman parte de la concentración no pueden ser transferidos por completo de manera inmediata, sino hasta que transcurre cierto periodo de tiempo, por lo que pueden seguir siendo utilizados por los vendedores. Este tipo de activos intangibles se pueden tratar del conocimiento del mercado, relaciones con los clientes u otros elementos similares que sólo pueden separarse del vendedor por la pérdida paulatina de ese conocimiento y de la existencia de vínculos comerciales previos.

Las cláusulas de no competir en este sentido, son justificables cuando se establecen por los Agentes Económicos involucrados para conservar el valor del negocio transferido y, por lo tanto, proteger la realización eficiente de una concentración. Su finalidad es evitar que quien vende un negocio pueda utilizar, de forma oportunista, activos intangibles para competir en contra del negocio objeto de la concentración.

Al respecto, el Instituto ha considerado<sup>74</sup> que las cláusulas de no competir, bajo ciertos requisitos, tienen como objetivo proteger la realización eficiente de una concentración y no atenta contra la libre concurrencia y competencia económica.

Considerando lo anteriormente expuesto, **se considera que la cláusula de no competir convenida por las Partes previsiblemente no constituye efectos de disminuir, dañar o impedir la libre concurrencia, en el sector de radiodifusión.**

## SEXTO. Conclusión

Con base en el análisis presentado en el Considerando Quinto, que parte de la información y elementos con los que cuenta el Instituto y los aportados por las Partes, se concluye lo siguiente:

- La Operación se realizó entre Agentes Económicos titulares de concesiones y la presentación del Aviso de Concentración fue oportuna en términos de lo previsto en el párrafo cuarto del Noveno Transitorio;
- La Operación incide en el sector de radiodifusión;
- Para efectos de la presente resolución, se considera que el sector de radiodifusión está conformado por el STRDC y el SRSAC, que es justamente el servicio involucrado en la Operación;
- Debido a la ausencia de información de audiencia del SRSAC y el STRDC de manera conjunta y a nivel nacional, para calcular las participaciones en el sector de radiodifusión “*con base en audiencia*”, se consideraron 3 (tres) fuentes de información o variables: 1) la ENCCA (2016); 2) el número de estaciones de radiodifusión; y 3) cifras de *share* del STRDC a nivel nacional combinadas con aproximaciones del *share* del SRSAC a nivel nacional;
- **La Operación CUMPLE con el inciso a. del párrafo primero del Noveno Transitorio**, pues implica una disminución del ID a nivel nacional que va de 0.20 (cero punto veinte) a 2.01 (dos punto cero uno) puntos y un incremento en el IHH sectorial que va de 0.05 (cero punto cero cinco) a 0.34 (cero punto treinta y cuatro) puntos. Esto es, la Operación genera una reducción del ID en el sector evaluado y el IHH no se incrementa en más de 200 (doscientos) puntos;
- **La Operación CUMPLE con el inciso b. del párrafo primero del Noveno Transitorio**, pues el GIE Grupo Multimedios acumuló una participación en el sector de

---

<sup>74</sup> Ver, por ejemplo, resoluciones dentro de los expedientes UCE/CNC-004-2014, disponible en [http://apps.ift.org.mx/publicdata/P\\_IFT\\_011014\\_332\\_Version\\_Publica\\_UCE.pdf](http://apps.ift.org.mx/publicdata/P_IFT_011014_332_Version_Publica_UCE.pdf); y UCE/CNC-003-2015, disponible en [http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdodoliga/versionpublicapifftext1902167\\_1.pdf](http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdodoliga/versionpublicapifftext1902167_1.pdf)

radiodifusión a nivel nacional de entre **"CONFIDENCIAL POR LEY (4)"** y 4.41% (cuatro punto cuarenta y un por ciento), la cual es menor a 20% (veinte por ciento);

- La Operación CUMPLE con el inciso c. del párrafo primero del Noveno Transitorio, pues no se identifica que el AEPR participe en la Operación;
- Respecto al inciso d. del párrafo primero del Noveno Transitorio, se considera que para evaluar los efectos de la Operación "en el sector" se deben comparar los efectos negativos contra los efectos positivos en cada uno de los servicios y las áreas geográficas que conforman el sector.

La Operación tuvo efectos únicamente en la provisión del SRSAC en las localidades en las que tiene cobertura de servicio la estaciónXHDD-FM; y en el resto de servicios y localidades la Operación no tuvo efectos o éstos fueron nulos.

La información radicada en el Expediente no permite concluir que la Operación tenga por efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y la competencia económica en el SRSAC en FM en Ojo de Agua, Juárez, Cadereyta y Montemorelos, Nuevo León.

Además, las Partes acreditaron que la Operación permitirá la viabilidad en el largo plazo de la estaciónXHDD-FM, la continuidad en la operación de la estaciónXEDD-AM, así como la introducción de mejoras tecnológicas en la transmisión, tales como la digitalización y multiprogramación, lo cual incide de manera favorable en los servicios que reciben las audiencias.

De acuerdo con lo anterior, **no se acredita que la Operación tenga como efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y competencia, en el sector de radiodifusión.**

- Por lo anterior, la Operación CUMPLE con el inciso d. del párrafo primero del Noveno Transitorio.
- La cláusula de no competir previsiblemente no tiene como efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y competencia, en el sector de radiodifusión.

Se reitera que la evaluación realizada de la Operación se hace en cumplimiento de los objetivos establecidos para Noveno Transitorio, el cual constituye un "régimen de excepción en materia de concentraciones para los sectores donde exista un agente económico preponderante" que tiene por objetivo "**desarrollar competidores viables en el largo plazo (...) que puedan competir en el sector con el agente preponderante, incluso por medio de nuevas concentraciones entre agentes que no hayan sido declarados con dicho carácter.**" Es decir, este procedimiento de Aviso de Concentraciones permite a los Agentes Económicos distintos del AEPR a realizar concentraciones para constituirse como competidores viables de largo en el sector que

corresponda — en tanto la concentración cumpla con los requisitos previstos en el primer párrafo del Noveno Transitorio.

En términos de lo anterior, se concluye que la Operación cumple con todos los requisitos establecidos en el párrafo primero del Noveno Transitorio, por lo que el Aviso de Concentración previsto en ese régimen de excepción de notificación de concentraciones, cesiones o cambios de control accionario, es procedente.

Como consecuencia de lo anterior, también corresponde a este Pleno dar vista de esta resolución a la Autoridad Investigadora para los fines previstos en el párrafo quinto del Noveno Transitorio; así como a la Unidad de Concesiones y Servicios para los fines legales a los que haya lugar.

\*\*\*

Con base en lo anterior y con fundamento en lo dispuesto por los artículos 28, párrafos décimo quinto y décimo sexto de la CPEUM; 1, 6, párrafo último, 7, 15, fracciones XVIII y LXIII, de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión; Noveno Transitorio, párrafos primero a cuarto, del *DECRETO por el que se expide la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*, y la *Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano*; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión; 3, 8, 13 y 17, de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo; y 1, 2, fracción X, 4, fracción I, 6, fracciones IX y XXXVII, 7 y 8, del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones resuelve lo siguiente:

#### IV. RESOLUTIVOS

**PRIMERO.** La Operación cumple con los requisitos establecidos en los incisos a. a d. del párrafo primero del artículo Noveno Transitorio del *DECRETO por el que se expide la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*, y la *Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano*; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión.

En consecuencia, la Operación se encuentra en el supuesto de excepción de requerir la autorización del Pleno de este Instituto Federal de Telecomunicaciones para poder realizarla, por lo que el Aviso de Concentración es procedente.

**SEGUNDO.** En términos del artículo 3, fracción XIV, de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, las Partes podrán consultar el expediente en que se actúa en las oficinas de la Unidad de Competencia Económica del Instituto Federal de Telecomunicaciones, ubicadas en Avenida Insurgentes Sur 1143, Piso 3, Col. Noche Buena, Código Postal 03720, Delegación Benito Juárez, Ciudad de México, en días y horas hábiles.

**TERCERO.** En términos de los artículos 3, fracción XV, y 39, de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, se hace del conocimiento de las Partes que la presente resolución es un acto administrativo definitivo respecto de la evaluación del cumplimiento de los requisitos previstos en los párrafos primero a cuarto del artículo Noveno Transitorio del *DECRETO por el que se expide la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión*, y por lo tanto, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en caso de así disponerlo las Partes, procede interponer ante los juzgados de distrito especializados en materia de competencia económica, radiodifusión y telecomunicaciones, con residencia en la Ciudad de México y jurisdicción territorial en toda la República Mexicana, el juicio de amparo indirecto dentro del plazo de 15 (quince) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquél en que surta efectos la notificación de la presente resolución, en términos del artículo 17 de la Ley de Amparo, Reglamentaria de los artículos 103 y 107 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

**CUARTO.-** La presente resolución se emite en el ámbito de competencia del Instituto en términos del artículo Noveno Transitorio del *DECRETO por el que se expide la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión*, sin prejuzgar sobre otras autorizaciones que en su caso Radio Triunfos, S.A. de C.V. y/o Audio Publicidad, S.A. de C.V. deban obtener de este Instituto u otra autoridad competente, ni sobre otros procedimientos en curso ante esta u otras autoridades.

Asimismo, la presente resolución tampoco prejuzga sobre violaciones a la Ley Federal de Competencia Económica, la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, u otras disposiciones, en que pudiera haber incurrido, o pudiera incurrir, alguno de los agentes involucrados a través de alguna otra transacción.

**QUINTO.** Dar vista a la Autoridad Investigadora y a la Unidad de Concesiones y Servicios de este Instituto, para los efectos legales que correspondan.

**SEXTO.** Notifíquese personalmente la presente resolución.

#### **(FIRMA DE LOS COMISIONADOS DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES)**

La presente Resolución fue aprobada por el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones en su I Sesión Extraordinaria celebrada el 6 de julio de 2018, en lo general por mayoría de votos de los Comisionados Mario Germán Fromow Rangel, Adolfo Cuevas Teja, Javier Juárez Mojica, Arturo Robles Rovalo y Sóstenes Díaz González; y con el voto en contra del Comisionado Presidente Gabriel Oswaldo Contreras Saldivar y de la Comisionada María Elena Estavillo Flores.

En lo particular, el Comisionado Adolfo Cuevas Teja manifiesta voto a favor en lo general del Resolutivo Primero, excepto por lo que hace a la afirmación de cumplimiento del inciso d.

Lo anterior, 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; artículos 7, 16 y 45 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión; 5 y 18 de la Ley Federal de Competencia Económica; así como en los artículos 1, 7, 8 y 12 del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, mediante Acuerdo P/IFT/EXT/060718/2.

## REFERENCIAS TESTADAS EN ESTA VERSIÓN PÚBLICA

Los textos que aparecen testados con negro corresponden a información considerada como confidencial, de conformidad con los artículos 113 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública; el artículo 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; así como los lineamientos Trigésimo Octavo y Cuadragésimo de los Lineamientos generales en materia de clasificación y desclasificación de la información, así como para la elaboración de versiones públicas.

La información testada incluye referencias a, entre otras cuestiones: datos personales concernientes a persona(s) identificada(s) o identificable(s), patrimonio de personas físicas y/o morales, así como hechos y actos de carácter económico, contable, jurídico o administrativo relativos a una o diversas personas, que pudieran ser útiles para un competidor, de acuerdo con lo siguiente:

- Referencia (1). Se testa nombre de persona física.
- Referencia (2). Se testa nombre de persona moral.
- Referencia (3). Se testa porcentaje de tenencia accionaria.
- Referencia (4). Se testa información de carácter económica.
- Referencia (5). Se testa información de carácter administrativo.
- Referencia (6). Se testa información de carácter jurídico.
- Referencia (7). Se testa información de carácter patrimonial.
- Referencia (8). Se testa relación de parentesco.