

VERSIÓN PÚBLICA

PLENO

EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

México, Distrito Federal, a veintiocho de mayo de dos mil catorce.- Visto el estado que guarda el expediente E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013 y considerando los siguientes:

I. ANTECEDENTES

1. Con fecha diecisiete de febrero de dos mil catorce, en su III Sesión Extraordinaria, el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT o Instituto) emitió resolución dentro del expediente al rubro citado (Resolución) señalando en sus Resolutivos Segundo¹ y Tercero² que:

- (i) Grupo Televisa y Grupo Megacable (los Grupos) eran responsables, a través de Cablevisión, S. A. de C. V. (Cablevisión) y Mega Cable, S. A. de C. V. (Megacable), de la práctica monopólica absoluta prevista en el artículo 9, fracción III, de la Ley Federal de Competencia Económica (LFCE), consistente en la realización de contratos, convenios, arreglos o combinaciones entre competidores entre sí con el efecto de dividir, distribuir, asignar o imponer porciones o segmentos de los mercados de producción, distribución y comercialización de servicios de telefonía fija, televisión restringida y acceso a internet a consumidores finales en diversos municipios del Estado de México (PMA);

¹ "Segundo.- Se acredita la comisión de la práctica monopólica absoluta prevista en el artículo 9, fracción III, de la LFCE, por parte de Grupo Televisa y de Grupo Megacable consistente en la realización de contratos, convenios, arreglos o combinaciones entre competidores entre sí con el efecto de dividir, distribuir, asignar o imponer porciones o segmentos de los mercados de producción, distribución y comercialización de servicios de telefonía fija, televisión restringida y acceso a internet a consumidores finales en diversos municipios del Estado de México, a través de Cablevisión y Megacable."

² "Tercero.- Con fundamento en los artículos 2, 9, fracción III, y 35, fracción I, de la LFCE vigente al momento de actualizar la conducta; debido a que la segmentación acreditada deriva del acuerdo entre los Grupos, y toda vez que las condiciones que propiciaron o favorecieron la comisión de la práctica monopólica sancionada persisten, se ordena:

(i) La supresión inmediata de la práctica monopólica acreditada.

(ii) Presentar un mecanismo con plazos para la eficaz supresión de la conducta sancionada, que deberá someter a la aprobación de este Instituto en un plazo no mayor a treinta días naturales siguientes a aquél en que surta efectos la notificación de la presente resolución.

(iii) El mecanismo con plazos deberá ser efectivo en eliminar o modificar los instrumentos que dan origen a la práctica monopólica absoluta sancionada, consistente en la segmentación del mercado.

(iv) En caso de que el mecanismo con plazos no sea presentado al término del plazo establecido para tal efecto, el Instituto determinará los términos y condiciones respecto a las cuales deberá suprimirse la práctica monopólica absoluta sancionada.

Con el fin de dar efectivo seguimiento a lo anterior, se instruye a la Unidad de Competencia Económica de este IFT para que aperciba a Grupo Televisa y Grupo Megacable, a través de Cablevisión y Megacable, que en caso de no presentar el mecanismo con plazos al término del plazo otorgado para tal efecto, se impondrá a cada uno de ellos, una multa como medida de apremio en términos del artículo 34, fracciones I y II de la LFCE."

15865

PLENO

EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

- (ii) Toda vez que las condiciones que propiciaron o favorecieron la comisión de la PMA sancionada persisten, ordenó la supresión inmediata de la práctica monopólica acreditada y presentar un mecanismo con plazos para la eficaz supresión de la conducta sancionada, el cual deberá ser efectivo en eliminar o modificar los instrumentos que dan origen a la PMA sancionada a fin de suprimirla;
- (iii) En caso de que el mecanismo con plazos no sea presentado al término del plazo establecido para tal efecto, el Instituto determinará los términos y condiciones respecto a las cuales deberá suprimirse la PMA sancionada.

2. Con fecha veintiuno de marzo de dos mil catorce, Cablevisión y Megacable presentaron ante la oficialía de partes del Instituto sendos escritos, mediante los cuales, cada uno de dichos agentes económicos, sometieron a consideración de este Instituto una propuesta de mecanismos con plazos para la eficaz supresión de la PMA sancionada en la Resolución (Propuestas de Mecanismos).

3. Con fecha veintiséis de marzo de dos mil catorce, la Titular de la Unidad de Competencia Económica emitió un acuerdo, mediante el cual tuvo por presentadas las Propuestas de Mecanismos de Cablevisión y Megacable y reservó al Pleno de este Instituto la resolución sobre las propuestas, para efectos de determinar su aceptabilidad.

II. CONSIDERANDOS

1. Condiciones que deben ser modificadas o eliminadas para suprimir eficazmente la PMA.

De conformidad con lo establecido en el Resolutivo Tercero de la Resolución, el Pleno del IFT determinó que la PMA sancionada tuvo como origen el acuerdo entre los Grupos y que las condiciones que propiciaron o favorecieron su realización debían ser eliminadas o modificadas para suprimir eficazmente la misma mediante un "Mecanismo con plazos".

Las condiciones que propiciaron o favorecieron la comisión de la PMA fueron identificados en el Octavo Considerando de la Resolución, intitulado "Acreditación de la Conducta", y en dicho capítulo se señalaron también los instrumentos que fueron utilizados por los agentes económicos para realizar la PMA:³

³ Página 286 de la Resolución.

PLENO

EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

"Con base en lo anterior, se concluye que existen elementos suficientes que acreditan que el acuerdo entre GRUPO TELEvisa y GRUPO MEGACABLE, tuvo por efecto que estos grupos, a raíz del intercambio de información constante sostenido en las reuniones para la implementación de la marca YOO, lograron establecer un mecanismo que les permitiera segmentar el mercado.

Este mecanismo incluye un call center y una página de Internet www.pldeyoo.com, a través de los cuales los interesados en contratar servicios de 3PLAY bajo la marca YOO, al realizar la solicitud correspondiente, por código postal, son asignados ya sea a CABLEVISIÓN o MEGACABLE.

Este acuerdo no sólo tiene relevancia para los PAQUETES 3PLAY YOO, ya que trasciende a los demás servicios prestados por CABLEVISIÓN y MEGACABLE, de manera conjunta o desagregada, toda vez que en los centros de atención a clientes y de servicios de cada una (sic) de estos agentes económicos, se encuentra que los interesados en adquirir los SERVICIOS bajo una modalidad distinta (desagregados, 2PLAY y 3PLAY) ven limitadas las opciones para adquirir los SERVICIOS, ya que dichos agentes económicos se abstienen de prestarlos en localidades donde ya tienen presencia o donde tienen la posibilidad de hacerlo." (Énfasis añadido).

De acuerdo con lo anterior, las condiciones que dieron origen a la PMA y que deben ser eliminadas o modificadas para suprimir eficazmente la conducta son:

- a) Las reuniones entre los Grupos para implementar conjuntamente la estrategia YOO; y
- b) Los medios para asignar geográficamente, por código postal, a los interesados en contratar servicios de Triple Play de la marca YOO entre los Grupos.

A. Instrumentos para implementar conjuntamente la estrategia YOO.

La Resolución establece que las reuniones entre Grupo Televisa y Grupo Megacable, para la implementación de la marca YOO, propiciaron un intercambio de información sostenido y, con base en ello, lograron establecer instrumentos que les permiten segmentar el mercado.

A través de las reuniones para implementar la marca YOO, los Grupos crearon y utilizaron los siguientes instrumentos:

- (i) La estrategia denominada YOO (estrategia de mercadotecnia);
- (ii) El registro conjunto de la marca YOO;
- (iii) El convenio de cotitularidad de la marca YOO;⁴ y,

⁴ Convenio que establece las reglas de la copropiedad bajo la que se ejercerá el uso, licencia y transmisión de los derechos derivados del registro marcario que se constituya sobre la marca Yoo, en las clases 41, 35 y 38 de la Clasificación Internacional de Niza, que celebran Cablemas Telecomunicaciones, S.A. de C.V., Cablevisión, S.A. de C.V., y Mega Cable, S.A. de C.V.

15367

PLENO

EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

- (iv) El diseño e implementación de acciones conjuntas para la comercialización de los Servicios⁵ bajo la marca YOO.

B. Instrumentos para asignar geográficamente, por código postal, a los interesados en contratar servicios de la marca YOO entre los Grupos.

La Resolución señala que los Grupos establecieron medios a través de los cuales los interesados en contratar servicios de "3PLAY"⁶ bajo la marca YOO, al realizar la solicitud correspondiente, por código postal, son asignados ya sea a Cablevisión o a Megacable. Los instrumentos creados y/o utilizados con este propósito son:

- (i) Un call center;
- (ii) Una página de internet www.pideyoo.com; y,
- (iii) Los centros de atención a clientes y de servicios de cada una de estos agentes económicos.⁷

2. Mecanismos con plazos.

De acuerdo con lo expuesto en la Resolución, cada uno de los Grupos se encuentra obligado a presentar, a través de Cablevisión y Megacable, un mecanismo con plazos que sea eficaz para cumplir con la supresión de la PMA sancionada.

Conforme a los parámetros establecidos en el considerando Tercero de la Resolución, el mecanismo con plazos debe ser, además de eficaz, efectivo y debe tener como finalidad eliminar o modificar los instrumentos que dieron origen a la PMA sancionada.

Con base en lo anterior, se debe determinar si las Propuestas de Mecanismos de Cablevisión y Megacable constituyen mecanismos, eficaces, efectivos y que eliminen o modifiquen los instrumentos que dan lugar a la conducta sancionada, esto es, con la finalidad de suprimir la PMA.

⁵ Según dicho término se define en la Resolución: "Servicios de telefonía fija, televisión restringida y acceso a Internet."

⁶ Según dicho término se define en la Resolución: "Paquetes de servicios de televisión restringida, acceso a Internet y telefonía fija."

⁷ Los interesados en adquirir los Servicios bajo una modalidad distinta a los ofertados bajo los paquetes de triple play de la marca YOO (desagregados, "2PLAY" - Según dicho término se define en la Resolución: "Paquetes de servicios de telecomunicaciones que combinan dos Servicios (ya sea: (i) telefonía + Internet; (ii) telefonía + televisión; (iii) televisión + Internet) - y 3PLAY), al acudir a los centros de atención a clientes y de servicios de cada una de estos agentes económicos, ven limitadas las opciones para adquirir los SERVICIOS, ya que dichos agentes económicos se abstienen de prestarlos en localidades donde ya tienen presencia o donde tienen la posibilidad de hacerlo.

PLENO

EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

Así, este IFT analiza y resuelve sobre la aprobación de las Propuestas de Mecanismos bajo los siguientes criterios:

- (i) Determinar si se trata de mecanismos, es decir, de medidas o procesos que tengan un fin;
- (ii) Que su finalidad sea lograr el efecto de suprimir la PMA, ya sea modificando o eliminando los instrumentos que le dan origen;
- (iii) Si la medida o procesos propuestos son efectivos y viables; y
- (iv) Si los plazos propuestos cumplen con las mismas características.

Lo anterior sin perjuicio de las facultades de este Instituto en materia de cumplimiento y ejecución de resoluciones.

3. Mecanismo con plazos propuesto por Cablevisión.

Para mejor comprensión de la Propuesta de Mecanismos de Cablevisión, a continuación, en la Tabla 1, se presenta una síntesis del mecanismo propuesto por dicho agente económico y los plazos propuestos para su cumplimiento, implementación y justificación.

(Espacio intencionalmente en blanco)

UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

Tabla 1. Mecanismos Cablevisión

Mecanismo	Instrumento	Propuesta	Justificación	Plazo para ejecución
Primera Parte	TERMINACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA DENOMINADA YOO.	1. CAMPAÑAS PUBLICITARIAS. La NO realización de campañas publicitarias conjuntas con MEGACABLE bajo la marca YOO para promocionar la prestación de los servicios que cada uno de ellos presta.	Porque el IFT manifestó en la Resolución que la estrategia tuvo como efecto la segmentación del mercado	Dentro de los sesenta días hábiles siguientes a partir del día siguiente al que Cablevisión sea notificada de la aprobación del mecanismo propuesto.
		2. REUNIONES ENTRE FUNCIONARIOS. Que los funcionarios de Cablevisión NO lleven a cabo reuniones o entablen comunicación con funcionarios de MEGACABLE para tratar asuntos relacionados con la comercialización conjunta de sus servicios o con la estrategia de mercadotecnia denominada YOO, con el objeto de evitar el intercambio de cualquier información sensible desde el punto de vista de competencia.		
		3. MARCA. Que el uso de la marca YOO se realice única y exclusivamente de forma INDIVIDUAL por CABLEVISIÓN, MEGACABLE y/o el resto de las empresas concesionarias que utilicen la marca YOO para la comercialización de sus servicios de forma individual y no bajo la estrategia de mercadotecnia denominada YOO.		
Segunda Parte	SERVICIO DE ATENCIÓN A CLIENTES 01-800	1. La línea de atención a clientes 01-800, fungirá única y exclusivamente como una línea de atención a clientes de carácter informativo, que mediante una grabación, requiera a los clientes presionar una opción determinada para ser transferidos, dependiendo de su elección, al centro de atención de llamadas telefónicas de CABLEVISIÓN, MEGACABLE y/o el resto de las empresas concesionarias que utilicen la marca YOO. 2. Se presentará a los clientes una serie de opciones de concesionarios organizados por orden alfabético y éste escogerá libremente la opción respectiva para obtener los números telefónicos de cada uno de los proveedores, o bien, transferir la llamada al conmutador de cada concesionario. 3. Ya no remitirá a los clientes al proveedor que efectivamente prestaba servicios en la zona que correspondía a la clave de larga distancia del número de teléfono del cliente respectivo.	Porque el IFT manifiesta que es un mecanismo con base en el cual se realizaba la práctica, pues evitaba distinguir un prestador de servicios específico.	Dentro de los ciento veinte días hábiles siguientes a partir del día siguiente al que Cablevisión sea notificada de la aprobación del mecanismo propuesto. Lo anterior por la necesidad de contactar al proveedor y acordar con él y el resto de las empresas los cambios.
	PÁGINA DE INTERNET WWW.PIDEYOO.COM	1. Fungirá única y exclusivamente como una página de Internet informativa, cuya única función sea proporcionar a los clientes que acudan a este medio, los enlaces o <i>links</i> de CABLEVISIÓN, MEGACABLE y/o del resto de los participantes de la estrategia de mercadotecnia denominada YOO. 2. Ya no funcionará remitiendo a los clientes al proveedor que efectivamente prestaba servicios en los códigos postales correspondientes al domicilio respectivo, sino que ahora la página de internet únicamente proporcionará a los clientes los enlaces o <i>links</i> de cada proveedor.		

15369

UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013**A. Análisis de la Propuesta de Mecanismo de Cablevisión**

Con base en los parámetros determinados en la Resolución y de conformidad con lo establecido en el Considerando 1 y 2 anterior, a continuación se analiza la Propuesta de Mecanismo de Cablevisión:

PRIMERA PARTE.

Sobre los instrumentos que permiten la implementación conjunta de la estrategia YOO. Cablevisión propone la terminación de la estrategia conjunta de mercadotecnia denominada YOO.

a. Instrumentos que se modificarán o eliminarán

En la Propuesta de Mecanismo, Cablevisión propone ejes de acción sobre la estrategia YOO, los cuales versan sobre los siguientes instrumentos:

- Campañas publicitarias;
- Reuniones entre funcionarios; y,
- Marca YOO.

b. Plazo propuesto

Cablevisión propone que las acciones se lleven a cabo "dentro de los (sesenta) días hábiles siguientes a partir del día siguiente al que (Cablevisión) sea notificada de la aprobación por parte del Instituto del mecanismo aquí propuesto".

c. Análisis de la eficacia del mecanismo propuesto.

- Campañas Publicitarias.

Cablevisión propone modificar la Estrategia denominada YOO, absteniéndose de llevar a cabo campañas conjuntas con Megacable.

- (I) El instrumento que pretende eliminar o modificar es la estrategia de mercadotecnia YOO.
- (II) El proceso propuesto para la medida es a través de una acción de "no hacer".
- (III) La finalidad que Cablevisión pretende con dicha medida es la supresión de la PMA sancionada.
- (V) La medida propuesta es potencialmente viable.
- (VI) El plazo propuesto no tiene una justificación sustentada que permita determinar que el plazo propuesto sea eficaz. Además, considerando que la

acción propuesta es una abstención, se estima que debería realizarse de forma inmediata.

Visto lo anterior, se concluye que la medida propuesta no cumple con el fin de suprimir eficazmente la PMA, dado que el plazo señalado por Cablevisión no es eficaz y, en consecuencia, no garantiza que cesen las condiciones que tuvieron como efecto la comisión de la PMA sancionada.

- **Reuniones entre funcionarios.**

Cablevisión propone no llevar a cabo reuniones o comunicación con funcionarios de Megacable para tratar asuntos relacionados con la comercialización conjunta de sus servicios o con la estrategia de mercadotecnia denominada YOO.

- (i) El Instrumento que pretende eliminar o modificar para suprimir eficazmente la PMA son las reuniones entre agentes económicos competidores entre sí para la implementación de acciones conjuntas para la estrategia YOO.
- (ii) El proceso propuesto para la medida es a través de una acción de "no hacer".
- (iii) La finalidad que Cablevisión pretende es evitar el intercambio de cualquier información sensible desde el punto de vista de competencia.
- (iv) La medida propuesta no puede considerarse efectiva ya que sólo contempla las reuniones entre Megacable y Cablevisión. Lo anterior, dado que en la Resolución se señaló que el acuerdo involucra a Grupo Televisa y Grupo Megacable, y no sólo a Cablevisión y Megacable. De esta forma se estima que la medida propuesta no es eficaz pues no asegura que se elimine una de las condiciones que dieron lugar a la PMA sancionada, como lo son las reuniones entre los Grupos para la implementación de la estrategia denominada YOO.
- (v) El plazo propuesto no tiene una justificación sustentada que permita determinar que el plazo propuesto sea eficaz. Además, considerando que la acción propuesta es una abstención, se estima que ésta debería realizarse de forma inmediata.

Visto lo anterior, se concluye que la medida propuesta no cumple con el fin de suprimir eficazmente la PMA, dado que su propuesta de implementación no incluye a Grupo Megacable y Grupo Televisa,⁸ en su conjunto, y, en consecuencia, no garantiza que cesen las condiciones que tuvieron como efecto la realización de la PMA sancionada.

⁸ Según dichos términos se definen en la Resolución.

UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013• **Uso de la marca YOO.**

Cablevisión propone que el uso de la marca YOO se realice única y exclusivamente de forma individual por Cablevisión, Megacable y/o el resto de las empresas concesionarias que utilicen la marca.

- (i) Cablevisión no señala de forma clara cuál o cuáles son los instrumentos que pretende modificar o eliminar para suprimir eficazmente la PMA. En su caso, debería señalar si se trata del convenio de cotitularidad de la marca YOO o bien, si se trata sólo del registro conjunto de la marca YOO.
- (ii) Cablevisión no explica cuál es el proceso que llevará a cabo para la implementación de la medida propuesta. En este sentido, para poder considerar eficaz la propuesta, debería establecer las acciones a seguir respecto de los instrumentos que pretende eliminar o modificar para suprimir eficazmente la PMA. Por ejemplo, si el instrumento que pretende eliminar o modificar es el convenio de cotitularidad de la marca YOO, debería señalar de forma expresa los alcances del convenio modificatorio, estableciendo en éste la posibilidad de que todos los cotitulares usen la marca de forma individual, independiente y concurrente, pudiendo prestar servicios al amparo de la marca YOO en las zonas geográficas donde coincidan por estar habilitados para prestarlos, de acuerdo con sus títulos de concesión; y, que no se podrán coordinar o establecer de común acuerdo los servicios que ofrezcan al amparo de la marca más allá de lo establecido en el registro marcario. Adicionalmente, presentar la documentación ante este IFT con la modificación respectiva para su aprobación, y una vez aprobado y firmado, su presentación ante este IFT para verificar que los cambios propuestos se hayan incorporado en el convenio de cotitularidad y éste se haya registrado ante la autoridad competente.
- (iii) La finalidad que pretende Cablevisión con la medida propuesta es la comercialización de los Servicios de forma individual y no bajo la estrategia (conjunta) de mercadotecnia denominada YOO.
- (iv) La medida propuesta es inviable ya que no señala cuál o cuáles son los instrumentos que se pretenden eliminar o modificar para suprimir eficazmente la PMA y tampoco explica los procesos que llevará a cabo para la medida propuesta. En este sentido, este IFT no puede determinar si la medida propuesta es eficaz.
- (v) No puede considerarse que el plazo propuesto por Cablevisión sea eficaz, ya que no estableció de forma clara los procesos para llevar a cabo el cumplimiento de la medida propuesta.

15873

UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

Visto lo anterior, se concluye que la medida propuesta no cumple con el fin de suprimir eficazmente la PMA, dado que el Convenio de Cotitularidad de la marca YOO establece que el uso de la marca Yoo será realizado en forma conjunta y que la marca no puede ser utilizada de manera independiente por los copropietarios, así como que cualquier decisión sobre el uso o manejo de la marca deberá hacerse por unanimidad de los copropietarios, y que la limitación de los servicios que protege la marca requerirá autorización de todos los copropietarios. Cablevisión no señaló en su Propuesta de Mecanismos la modificación a las cláusulas que prevén lo anterior.

d. **Conclusiones a la Primera Parte de la Propuesta de Mecanismos de Cablevisión.**
La Primera Parte de la Propuesta de Mecanismo de Cablevisión no cumple con los parámetros determinados en la Resolución y, por tanto, no se puede considerar eficaz. Lo anterior, porque no modifica o elimina todos los instrumentos que se crearon y utilizaron en las reuniones para implementar la marca YOO, tales como el convenio de cotitularidad de la marca YOO y el registro conjunto de la marca YOO; tampoco garantiza que cesen las condiciones que tuvieron como efecto la comisión de la PMA sancionada; no establece de forma clara y precisa los procesos que llevará a cabo para el cumplimiento del mecanismo propuesto; y, los plazos para llevar a cabo las medidas propuestas tampoco son eficaces para los ejes de acción señalados.

SEGUNDA PARTE.

Sobre los Instrumentos para asignar geográficamente, por código postal, a los interesados en contratar servicios de la marca YOO entre los Grupos.

Cablevisión propone la modificación a dos de los instrumentos que se señalaron en la Resolución como medios para la comisión de la PMA sancionada.

a. **Instrumentos que se modificarán o eliminarán**

En la Propuesta de Mecanismo, Cablevisión propone ejes de acción sobre los siguientes instrumentos:

- El call center o el servicio de atención a clientes vía telefónica
- Página de Internet www.pidelyoo.com

b. **Plazo propuesto**

Cablevisión propone que las acciones relacionadas con el call center o el servicio de atención a clientes vía telefónica, se llevará a cabo "dentro de los ciento veinte días hábiles siguientes al día en que (Cablevisión) sea notificada de la aprobación por parte del Instituto del mecanismo aquí propuesto".

UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA

EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

Respecto a las acciones relacionadas con la página de Internet www.pldevoo.com, Cablevisión propone que ésta se llevará a cabo "dentro de los de ciento veinte días hábiles siguientes al día en que (Cablevisión) sea notificada de la aprobación por parte del Instituto del mecanismo aquí propuesto".

c. Análisis de la eficacia del mecanismo propuesto.

• El call center o el servicio de atención a clientes vía telefónica

Cablevisión propone la modificación del servicio de atención a clientes o call center, que se da a través de un número 01-800.

- (i) El instrumento que pretende modificar es el funcionamiento y el contenido de la información proporcionada a través del call center o línea 01-800.
- (ii) El proceso propuesto para la medida es a través del cambio de la información que se da en el call center, para que ésta sea de carácter "informativa". Cablevisión señaló en términos generales cómo funcionaría la nueva grabación para el público que consulte ese medio.

Sin embargo, Cablevisión no señaló de forma clara y precisa cuál es el proceso que llevará a cabo para la implementación de la medida y los cambios que se pretenden. Por ejemplo:

- Considerando que el call center es un medio en el que se proporciona información tanto de las empresas de Grupo Televisa como de Megacable, Cablevisión debe explicar bajo que figura o acto jurídico acordarán Grupo Televisa y Grupo Megacable el uso conjunto del call center; y, explicar los alcances de ese acto jurídico, la vigencia y condiciones;

- Considerando que Cablevisión refiere que contactará al proveedor de los servicios y a las demás empresas involucradas para "acordar" los cambios, se estima que el mecanismo no establece de forma clara: el instrumento legal que modificará o celebrará con el proveedor de los servicios, ni los términos en los que se modificará o celebrará;

- Considerando que la medida propuesta concatena diversos actos, Cablevisión debe presentar a este IFT, previo a su firma, cuáles son los actos jurídicos respectivos y sus alcances.

- (iii) La finalidad que Cablevisión pretende con dicha medida es ya no remitir las llamadas a un concesionario predeterminado, sino dar la opción al público de selección del proveedor que desee consultar.

15375

UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

- (iv) La medida propuesta no puede considerarse efectiva, dado que Cablevisión no estableció de forma clara y precisa el **proceso** que llevará a cabo para la instrumentación de la medida propuesta.
- (v) Si bien Cablevisión señala como justificación al plazo propuesto la necesidad de contactar al proveedor y acordar con él y el resto de las empresas los cambios, al no señalar de forma clara los instrumentos legales o los procesos que llevará a cabo, se considera que el plazo propuesto no se encuentra debidamente justificado.

Visto lo anterior, se concluye que la medida propuesta no cumple con el fin de suprimir eficazmente la PMA, dado que no establece el proceso para su implementación. Además, la amplitud de los plazos propuestos no se justifica y, en consecuencia, la propuesta no garantiza que cesen las condiciones que tuvieron como efecto la comisión de la PMA sancionada.

- **La página de Internet www.pideyoo.com**

Cablevisión propone la modificación de la página de Internet www.pideyoo.com

- (i) El instrumento que pretende modificar es el funcionamiento y el contenido de la página de Internet www.pideyoo.com.
- (ii) El proceso propuesto para la medida es a través del cambio de la información que se da por medio de la página de Internet www.pideyoo.com, para que sea de carácter "informativa". Cablevisión señaló en términos generales cómo funcionaría la página de Internet para su consulta.

Sin embargo, Cablevisión no señaló de forma clara y precisa cuál es el proceso que llevará a cabo para la implementación de la medida y los cambios que se pretenden. Por ejemplo:

- Considerando que la página de Internet www.pideyoo.com es un medio que utilizan tanto las empresas de Grupo Televisa como Megacable, Cablevisión debe explicar bajo qué figura o acto jurídico acordarán Grupo Televisa y Grupo Megacable el uso conjunto de la página de Internet mencionada; y, explicar los alcances de ese acto jurídico, la vigencia y condiciones;

- Cablevisión debe explicar con base en qué instrumento legal puede de manera directa solicitar al proveedor de la página de Internet los cambios señalados en su propuesta o si, en su caso, celebrará un convenio modificadorio a un convenio ya existente.

UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

Considerando que la medida propuesta concatena diversos actos, Cablevisión debe presentar a este IFT, previamente a su firma, cuáles son los actos jurídicos respectivos y su alcance.

- (iii) La finalidad que Cablevisión pretende con dicha medida es que la página referida ya no funcione remitiendo a los clientes al proveedor que "efectivamente" prestaba servicios en los códigos postales correspondientes al domicilio respectivo, sino que ahora la página de internet únicamente proporcionará a los clientes los enlaces o links de cada proveedor.
- (iv) La medida propuesta no puede considerarse efectiva, dado que Cablevisión no estableció de forma clara y precisa el proceso que llevará a cabo para la instrumentación de la medida propuesta.
- (v) No puede considerarse que el plazo propuesto por Cablevisión sea eficaz, ya que no estableció de forma clara los procesos para llevar a cabo el cumplimiento de la medida propuesta.

Visto lo anterior, se concluye que la medida propuesta no cumple con el fin de suprimir eficazmente la PMA, dado que no establece el proceso para su implementación. Además, la amplitud de los plazos propuestos no se justifica y, en consecuencia, la propuesta no garantiza que cesen las condiciones que tuvieron como efecto la comisión de la PMA sancionada.

d. **Conclusiones a la Segunda Parte de la Propuesta de Mecanismos de Cablevisión.**
La Segunda Parte de la Propuesta de Mecanismo de Cablevisión no cumple con los parámetros determinados en la Resolución y, por tanto, no se puede considerar eficaz. Lo anterior porque no es efectiva en eliminar o modificar todos los instrumentos para asignar geográficamente, por código postal, a los interesados en contratar servicios de la marca YOO entre los Grupos, como lo son: los centros de atención a clientes y de servicios de cada una de estos agentes económicos; no establece de forma clara y precisa los procesos que llevará a cabo para el cumplimiento del mecanismo propuesto; no establece medidas viables para su implementación; y los plazos para llevar a cabo las medidas propuestas tampoco son eficaces para los ejes de acción señalados.

B. Conclusiones sobre la Propuesta de Mecanismo de Cablevisión

El mecanismo con plazo propuesto por Cablevisión no es eficaz por las siguientes razones:



15877

UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

- (i) No garantiza el cese de las condiciones que propiciaron o favorecieron la comisión de la PMA sancionada y, por lo tanto, no son eficaces en la supresión de la misma.
- (ii) No incluyen todos los instrumentos que se crearon o utilizaron en las reuniones entre los Grupos para implementar conjuntamente la estrategia YOO; y los medios para asignar geográficamente, por código postal, a los interesados en contratar servicios de Triple Play de la marca YOO entre los Grupos. Entre estos:
 - El convenio de cotitularidad de la marca YOO;
 - El registro conjunto de la marca YOO; y
 - Los centros de atención a clientes y de servicios.
- (iii) Las medidas propuestas no establecen de forma efectiva y clara las acciones, etapas o procesos que se llevarán a cabo para la implementación de las mismas.
- (iv) Los plazos propuestos no son eficaces considerando las líneas de acción propuestas por Cablevisión.

4. Mecanismos con plazos propuestos por Megacable.

Para mejor comprensión de la Propuesta de Mecanismos de Megacable, a continuación, en la Tabla 2, se presenta una síntesis del mecanismo propuesto por dicho agente económico y los plazos propuestos para su cumplimiento, implementación y justificación.

(Espacio intencionalmente en blanco)

13

UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

Tabla 2. Mecanismos Megacable

Mecanismo	Instrumento	Propuesta	Justificación	Plazo para ejecución
Primera Parte	MODIFICACIÓN DE LA ESTRATEGIA YOO	<p>1. MARCA.* La celebración de un convenio en virtud del cual, MEGACABLE y CABLEVISIÓN se abstengan de usar, utilizar, publicitar, explotar de forma conjunta, la marca YOO en los trece municipios (Toluca, Metepec, Zumpango, San Mateo Atenco, Almoloya de Juárez, Ixtlahuaca, Zinacantepec, Tlalnepanitla de Baz, Huixquilucan, Nicolás Romero, Ecatepec y Cuatitlán Izcalli).</p> <p>MEGACABLE, hará a CABLEVISIÓN una propuesta en virtud de la cual se le solicite y proponga la celebración del convenio referido.</p> <p>2. Dejar sin vigencia el Acuerdo YOO (la estrategia YOO). MEGACABLE y CABLEVISIÓN se encontrarán impedidas de utilizar conjuntamente la marca YOO a nivel nacional.</p> <p>MEGACABLE explotará y utilizará y publicitará, de forma individual la marca YOO en todo el territorio nacional, conforme a sus estrategias de mercado, campañas publicitarias, frutos de concesión, normatividad aplicable, políticas internas de publicidad y mercadotecnia, políticas comerciales, intereses económicos y en beneficio propio.</p>	<p>La abstención de ambas partes para explotar y realizar cualquier actividad relacionada con la marca YOO a efecto de que cada empresa (i) compita por la prestación de servicios 2PLAY y 3PLAY, (ii) se ostente como prestadores de servicios 2PLAY y 3PLAY de forma individual, (iii) se publicite de forma individual, y (iv) propicie una plena y cierta identificación frente al usuario.</p>	<p>MEGACABLE presentaría el proyecto de convenio a CABLEVISIÓN dentro de los treinta días siguientes a la aprobación de la medida propuesta.</p> <p>Una vez transcurrido el plazo referido, MEGACABLE solicita que el INSTITUTO autorice un plazo de treinta días para sostener negociaciones con CABLEVISIÓN, respecto del contenido y alcance del convenio.</p> <p>Una vez finalizado el plazo de los treinta días, MEGACABLE solicita que el INSTITUTO autorice un plazo de treinta días para efecto de que las partes involucradas firmen el convenio respectivo y entonces, una vez firmado y entrado en vigor, presentarlo ante el INSTITUTO.</p>
Segunda Parte	PÁGINA DE INTERNET WWW.PIDEYOO.COM	<p>Solicitar al administrador de la página web www.pideyoo.com, que modifique el contenido de ésta a efecto de que:</p> <p>1. Inhabilite la referencia del uso conjunto de la marca YOO por parte de CABLEVISIÓN y MEGACABLE.</p> <p>2. Inhabilite la función que supuestamente asignaba la prestación del servicio, por parte de MEGACABLE o CABLEVISIÓN, en atención al código postal del suscriptor.</p>	<p>Eliminar la funcionalidad de la página web, para que no sea interpretada como un instrumento de asignación de clientes entre los usuarios de la misma, ni sea utilizada para la contratación de los servicios por parte de los usuarios.</p>	<p>MEGACABLE se compromete a presentar la solicitud de inhabilitación de la página de internet al administrador de la misma en un plazo que no exceda de quince días.</p>

*Nota: Megacable aclara que establecerá una condición resolutoria para que en caso de que se le otorgue el amparo a esta o a Cablevisión, dejará insubsistente el convenio celebrado entre dichos agentes económicos..

15873

INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES



15873

UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

A. Análisis de la Propuesta de Mecanismo de Megacable

Con base en los parámetros determinados en la Resolución y de conformidad con lo establecido en el Considerando 1 y 2 anterior, a continuación se analiza la Propuesta de Mecanismo de Megacable:

PRIMERA PARTE.

Sobre los Instrumentos que permiten la implementación conjunta de la estrategia YOO. Megacable propone la modificación de la estrategia denominada YOO.

a. Instrumentos que se modificarán o eliminarán

En la Propuesta de Mecanismo, Megacable no establece la modificación o eliminación de un instrumento, sino la celebración de un nuevo convenio entre Cablevisión y Megacable, en virtud del cual Megacable y Cablevisión se abstengan de usar, utilizar, publicitar y explotar de forma conjunta la Marca YOO, en trece municipios.

b. Plazo propuesto

Megacable propone una serie de plazos para cada etapa de la medida propuesta, lo cual incluye un plazo para someter a consideración de Cablevisión el convenio, un plazo para negociaciones y un plazo adicional para la firma del mismo, estableciendo un plazo estimado de noventa días.

c. Análisis de la eficacia del mecanismo propuesto.

(vi) Megacable propone la creación de un nuevo convenio, pero no establece de forma clara si este convenio implica la necesidad de modificar los registros de uso de marca y el convenio de cotitularidad de la marca YOO. Por ejemplo, si el instrumento que pretende eliminar o modificar es el convenio de cotitularidad de la marca YOO, debería señalar de forma expresa los alcances del convenio modificadorio, estableciendo en éste la posibilidad de que todos los cotitulares usen la marca de forma individual, independiente y concurrente, pudiendo prestar servicios al amparo de la marca YOO en las zonas geográficas donde coincidan por estar habilitados para prestarlos, de acuerdo con sus títulos de concesión; y, que no se podrán coordinar o establecer de común acuerdo los servicios que ofrezcan al amparo de la marca más allá de lo establecido en el registro marcarlo. Adicionalmente, presentar la documentación ante este IFT con la modificación respectiva para su aprobación, y una vez aprobado y firmado, su presentación ante este IFT para verificar que los cambios propuestos se hayan incorporado en el convenio de cotitularidad y éste se haya registrado ante la autoridad competente.

UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA
 EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

- (i) El proceso propuesto para la medida es a través de la celebración de un nuevo convenio y para ello establece tres etapas: someter a consideración de Cablevisión, etapa de negociación y etapa de firma.

Si bien Megacable establece un proceso, en las etapas que este comprende no consideró, por ejemplo: dar vista a este IFT con el convenio respectivo para su aprobación previo a su firma; en su caso, una vez firmado, si se presentará ante este IFT para su verificación; o si se tramitará el registro del convenio respectivo ante la autoridad competente.

- (ii) La finalidad que Megacable pretende con dicha medida es abstenerse de usar, utilizar, publicitar, explotar la marca YOO en "13 municipios del Estado de México": Toluca, Metepec, Zumpango, San Mateo Atenco, Almoloya de Juárez, Ixtlahuaca, Zinacantepec, Tlalnepantla de Baz, Huixquilucan, Nicolás Romero, Ecatepec y Cuatitlán Izcalli; (no incluye el municipio de Lerma, Estado de México en su propuesta)⁹; dejar sin vigencia el Acuerdo YOO (la estrategia YOO); establecer que Megacable y Cablevisión se encontrarían impedidas de utilizar conjuntamente la marca YOO a nivel nacional; establecer que Megacable explotará, utilizará y publicitará, de forma individual la marca YOO en todo el territorio nacional, conforme a sus estrategias de mercado, campañas publicitarias, títulos de concesión, normatividad aplicable, políticas internas de publicidad y mercadotecnia, políticas comerciales, intereses económicos y en beneficio propio.
- (iii) La medida propuesta no puede considerarse concreta por las siguientes razones:
- No establece el instrumento que pretende modificar o eliminar para suprimir eficazmente la PMA o a qué se refiere con "Acuerdo YOO";
 - No establece los términos en los que se modificará o si se eliminará el instrumento, es decir el clausulado del mismo, incluyendo su vigencia;
 - Propone dejar sin vigencia un acuerdo pero no establece a partir de cuándo y cuáles son los efectos de dejar sin vigencia un determinado instrumento;
 - Señala que las acciones que se realizarán comprende a trece municipios del Estado de México, pero sólo incluye doce, omitiendo el municipio de Lerma, Estado de México.
 - No establece cómo se restringirá el uso de la marca de forma conjunta sólo en "(trece) municipios";

⁹ En la Resolución se analizó y acreditó que en el municipio de Lerma, Estado de México, solo MEGACABLE presta servicios de 2PLAY y 3PLAY y CABLEVISIÓN no.

15881

UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

- Resulta contradictoria la propuesta, ya que por un lado señala que el uso conjunto sólo se restringirá en "(trece) municipios" y, por otro lado, señala que el uso de la marca será de forma individual a nivel nacional;
 - No establece si someterá a consideración del IFT el convenio previo a su firma;
 - Megacable sujeta a una condición resolutoria el convenio respectivo, lo cual no es eficaz, dado que la supresión de una práctica monopólica absoluta no puede sujetarse a condición alguna.
 - Al establecer que Megacable explotará, utilizará y publicitará, de forma individual la marca YOO en todo el territorio nacional, supone una modificación al convenio de cotitularidad de la marca. Sin embargo, Megacable no se refiere explícitamente al convenio y no define los alcances de la modificación propuesta.
- (iv) No puede considerarse que el plazo propuesto por Megacable sea eficaz, ya que no estableció de forma clara los procesos para llevar a cabo el cumplimiento de la medida propuesta.

Visto lo anterior, se considera que la medida propuesta no cumple con el fin de suprimir eficazmente la PMA, dado que no se establece cuáles son los instrumentos que se van a modificar o eliminar, tampoco establece de forma clara el proceso para su implementación. Además, la amplitud de los plazos propuestos no se justifica y, en consecuencia, la propuesta no garantiza que cesen las condiciones que tuvieron como efecto la comisión de la PMA sancionada.

d. Conclusión a la Primera Parte de la Propuesta de Mecanismo de Megacable.

La Primera Parte de la Propuesta de Mecanismo de Megacable no cumple con los parámetros determinados en la Resolución y, por tanto, no se puede considerar eficaz. Lo anterior, porque no modifica o elimina todos los instrumentos que se crearon y utilizaron en las reuniones para implementar la comercialización y publicidad conjunta de la marca YOO; tampoco garantiza que cesen las condiciones que tuvieron como efecto la comisión de la PMA sancionada; no establece de forma clara y precisa los procesos que llevará a cabo para el cumplimiento del mecanismo propuesto; no establece medidas viables para su implementación; y, los plazos para llevar a cabo las medidas propuestas tampoco son eficaces para los ejes de acción señalados.

SEGUNDA PARTE.

Sobre los Instrumentos para asignar geográficamente, por código postal, a los interesados en contratar servicios de la marca YOO entre los Grupos.

3

UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA
 EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

Megacable propone la modificación a uno de los instrumentos que se señalaron en la Resolución como medios para la comisión de la PMA sancionada.

a. Instrumentos que se modificarán o eliminarán

- La página de Internet www.pideyoo.com

b. Plazo propuesto

No se establece un plazo para la modificación sólo para la solicitud de inhabilitación de funcionalidades de la página.

c. Análisis de la eficacia del mecanismo propuesto.

- (i) El Instrumento que pretende modificar para suprimir efectivamente la PMA es el funcionamiento y el contenido de la página de Internet www.pideyoo.com.
- (ii) El proceso propuesto para la medida es a través del cambio de la información que se da por medio de la página de Internet www.pideyoo.com. Megacable propone solo una acción: solicitar al administrador de la página de Internet la modificación.

Sin embargo, Megacable no señaló de forma clara y precisa cuál es el proceso que llevará a cabo para asegurar la implementación de la medida y los cambios que se pretenden. Por ejemplo:

- Considerando que la página de Internet www.pideyoo.com es un medio que utilizaron tanto las empresas de Grupo Televisa como Megacable, Megacable debe explicar bajo que figura o acto jurídico acordarán Grupo Televisa y Grupo Megacable el uso conjunto de la página de Internet mencionada; además de explicar los alcances de ese acto jurídico, la vigencia y condiciones.
- Megacable debe explicar con base en qué Instrumento legal puede de manera directa solicitar al proveedor de la página de Internet los cambios señalados en su propuesta o si, en su caso, celebrará un convenio modificadorio a un convenio ya existente.
- Megacable no refiere las acciones que seguirán a la solicitud señalada en el párrafo que antecede, tales como: de qué forma Megacable asegurará que los cambios solicitados al administrador se lleven a cabo.
- Considerando que la medida propuesta concatena diversos actos, Megacable debe presentar a este IFT, previo a su firma, cuáles son los actos jurídicos respectivos y su alcance.

15883

UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

- (iii) La finalidad que Megacable pretende con dicha medida es inhabilitar la referencia del uso conjunto de la marca YOO por parte de Cablevisión y Megacable, e inhabilitar la función que asignaba la prestación del servicio, por parte de Megacable o Cablevisión, en atención al código postal del suscriptor.
- (iv) La medida propuesta no puede considerarse efectiva, dado que Megacable no estableció de forma clara y precisa el proceso que llevará a cabo para la instrumentación de la medida propuesta.
- (v) Megacable no propuso un plazo para la implementación de la medida y tampoco justifica de forma alguna que el mecanismo propuesto no tenga un plazo cierto.

Visto lo anterior, se concluye que la medida propuesta no cumple con el fin de suprimir eficazmente la PMA, dado que no se estableció un plazo para su realización, tampoco establece el proceso para su implementación, y, en consecuencia, no garantiza que cesen las condiciones que tuvieron como efecto la comisión de la PMA sancionada.

d. Conclusión a la Segunda Parte de la Propuesta de Mecanismo de Megacable

La Segunda Parte de la Propuesta de Mecanismo de Megacable no cumple con los parámetros determinados en la Resolución y, por tanto, no se puede considerar eficaz. Lo anterior porque no es efectivo en eliminar o modificar para suprimir efectivamente la PMA, esto es para asignar geográficamente, por código postal, a los interesados en contratar servicios de la marca YOO entre los Grupos; no establece de forma clara y precisa los procesos que llevará a cabo para el cumplimiento del mecanismo propuesto; no establece medidas viables para su implementación; y, no establece un plazo para llevar a cabo la medida propuesta.

B. Conclusiones sobre la Propuesta de Mecanismo de Megacable

El mecanismo con plazo propuesto por Megacable no es eficaz por las siguientes razones:

- (i) No garantiza el cese de las condiciones que propiciaron o favorecieron la comisión de la PMA sancionada y, por lo tanto, no son eficaces en la supresión de la misma.
- (ii) No incluye todos los instrumentos que se crearon o utilizaron en las reuniones entre los Grupos para implementar conjuntamente la estrategia YOO; y los medios para asignar geográficamente, por código postal, a los interesados en contratar servicios de Triple Play de la marca YOO entre los Grupos. Entre estos:

3

UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

- La estrategia denominada YOO (estrategia de mercadotecnia)
 - El convenio de cotitularidad de la marca YOO;
 - El registro conjunto de la marca YOO;
 - El call center; y
 - Los centros de atención a clientes y de servicios.
- (v) Las medidas propuestas no establecen de forma efectiva y clara las acciones, etapas o procesos que se llevarán a cabo para la implementación de las mismas.
- (vi) Megacable en un caso no propuso plazos para la implementación de la medida; y en otro, el plazo propuesto no es eficaz considerando las líneas de acción propuestas.

Vistos los antecedentes y consideraciones expuestos en los numerales I y II anteriores, el Pleno de este Instituto emite el siguiente:

III. ACUERDO

PRIMERO. Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 4 y 6 del Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica; así como lo ordenado en el Segundo y Tercer Resolutivos de la Resolución, el Pleno de este Instituto Federal de Telecomunicaciones determina que la Propuesta de Mecanismo presentada por Cablevisión no se aprueba, toda vez que no cumple con los parámetros establecidos en la Resolución para decretar su aceptabilidad, con base en los razonamientos expuestos en el numeral 3 del apartado de Considerandos de este acuerdo.

SEGUNDO. Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 4 y 6 del Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica; así como lo ordenado en el Segundo y Tercer Resolutivos de la Resolución, el Pleno de este Instituto Federal de Telecomunicaciones determina que la Propuesta de Mecanismo presentada por Megacable no se aprueba, toda vez que no cumple con los parámetros establecidos en la Resolución para decretar su aceptabilidad, con base en los razonamientos expuestos en el numeral 4 del apartado de Considerandos de este acuerdo.

TERCERO. Con base en lo establecido en el Resolutivo Tercero de la Resolución, a efecto de que Cablevisión y Megacable den cumplimiento a la supresión inmediata de la práctica monopólica acreditada, se les otorga un plazo de diez días hábiles, contados a partir del día hábil siguiente a aquél en que surta efectos la notificación



15835

UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

personal de este acuerdo, para que presenten las adecuaciones correspondientes a los mecanismos propuestos tomando en cuenta los razonamientos expuestos en el apartado de Considerandos. Lo anterior con el fin de que dichos mecanismos con plazos lleven a la eficaz supresión de la conducta sancionada y sean efectivos en eliminar o modificar los instrumentos que dan origen a la práctica monopólica absoluta sancionada, identificados en el numeral 1 del apartado Considerandos.

CUARTO. Se instruye a la Unidad de Competencia Económica de este Instituto a efecto que:

- (i) Realice las diligencias correspondientes para notificar a Cablevisión y Megacable el presente acuerdo;
- (ii) En términos de lo establecido en el artículo 29, fracción I, del Estatuto Orgánico de este IFT, prevenga a Cablevisión y Megacable para que presenten las adecuaciones correspondientes al mecanismo con plazos en un plazo de diez días hábiles contados a partir del día hábil siguiente a aquél en que surta efectos la notificación personal del acuerdo;
- (iii) En términos de lo establecido en el artículo 34, fracción I, de la Ley Federal de Competencia Económica, aperciba a Cablevisión y Megacable, de que en caso de no presentar las adecuaciones correspondientes al mecanismo con plazos al término del plazo otorgado para tal efecto, o que las adecuaciones presentadas no subsanen las deficiencias señaladas en el apartado de Considerandos, el Instituto determinará los términos y condiciones bajo los cuales deberá suprimirse la práctica monopólica absoluta sancionada.

Notifíquese personalmente. Así lo acordó, el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, con fundamento en los artículos citados a lo largo del presente acuerdo, así como los artículos 28, párrafos décimo quinto y décimo sexto, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; Séptimo Transitorio, del "Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones"; los artículos 1, 2, 3, 24, fracciones IV y XIX, de la Ley Federal de Competencia Económica, 1, 65, fracción I, y 66, fracciones V y VIII, del Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica; 1, 4, fracción I, 8, 9, fracciones XXVII, XXXI y L, del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones; y de conformidad con el Segundo y Tercer Resolutivo de la Resolución emitida el diecisiete de febrero de dos mil catorce, dentro del expediente E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013, por

UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE: E-IFT/DGIPM/PMA/0001/2013

el Pleno de este Instituto Federal de Telecomunicaciones, en su III Sesión Extraordinaria del año dos mil catorce.

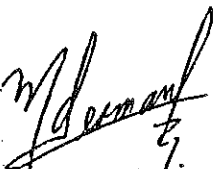
Gabriel Oswaldo Contreras Saldívar
Presidente

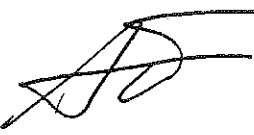

Luis Fernando Borjón Figueroa
Comisionado


Ernesto Estrada González
Comisionado


Adriana Sofía Labardini Inzunza
Comisionada


María Elena Estavillo Flores
Comisionada


Mario Germán Fromow Rangel
Comisionado


Adolfo Cuevas Teja
Comisionado

06 JUN. 2014

Publicado en la lista del día

El presente Acuerdo fue aprobado por el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones en su VI Sesión Ordinaria celebrada el 28 de mayo de 2014, por unanimidad de votos de los Comisionados presentes, Luis Fernando Borjón Figueroa, Ernesto Estrada González, Adriana Sofía Labardini Inzunza, María Elena Estavillo Flores, Mario Germán Fromow Rangel y Adolfo Cuevas Teja, con fundamento en los párrafos vigésimo, fracciones I y III; y vigésimo primero, del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; así como en los artículos 1, 2, 11 y 12 del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, mediante Acuerdo P/IFT/280514/133.