

En la Ciudad de México, a quince de febrero de dos mil diecisiete. Visto por resolver el Pleno de este Instituto Federal de Telecomunicaciones el presente expediente administrativo con número UCE/DE-003-2014, iniciado mediante denuncia presentada por Comercializadora de Frecuencias Satelitales, S. de R.L. de C.V., a través de su representante legal, en contra de Grupo Televisa S.A.B., incluyendo sin limitar, a sus subsidiarias, filiales o empresas relacionadas, y TV Azteca, S.A.B. de C.V., incluyendo sin limitar, a sus subsidiarias, filiales o empresas relacionadas, por la posible comisión de las prácticas monopólicas relativas previstas en las fracciones V, VI, X y XI del artículo 10 de la Ley Federal de Competencia Económica, publicada en el Diario Oficial de la Federación el veinticuatro de diciembre de mil novecientos noventa y dos, con sus subsecuentes reformas, incluida aquella publicada en el Diario Oficial de la Federación el nueve de abril de dos mil doce, al tenor de los antecedentes, consideraciones de derecho y resolutivos que a continuación se expresan.

GLOSARIO

A efecto de brindar una lectura ágil del presente documento se utilizarán los siguientes acrónimos:

Concepto	Descripción
ACUERDO DE INICIO	Acuerdo de dos de abril de dos mil catorce, mediante el cual se ordenó iniciar la investigación por denuncia, bajo el número de expediente UCE/DE-003-2014, cuyo extracto se publicó en el DOF el veinticinco de abril de dos mil catorce.
* [REDACTED]	[REDACTED] Director General Jurídico Corporativo de [REDACTED] subsidiaria de GTV.
* [REDACTED]	[REDACTED]
AUTORIDAD INVESTIGADORA	Autoridad Investigadora del INSTITUTO.
* [REDACTED]	[REDACTED]
BMV	Bolsa Mexicana de Valores, S.A.B. de C.V.
* [REDACTED]	[REDACTED]
CAMPAÑA	La campaña publicitaria de COFRESA para el año dos mil trece, denominada "Los que saben tienen Dish".
CARTA-CONTRATO	Carta enviada por TELEvisa a COFRESA (sin fecha), por medio de la cual consta el envío del CPSP-GTV 2013 en tres originales.
CARTA-DATOS BANCARIOS	Carta enviada por TELEvisa a COFRESA, por medio de la cual consta el envío del CPSP-GTV 2013 y los DATOS BANCARIOS 2013 de TELEvisa.
CARTA-DEVOLUCIÓN	Carta enviada por COFRESA a TELEvisa, por medio de la cual consta el envío del CPSP-GTV 2013 en tres originales y la copia del anuncio publicitario de la CAMPAÑA.
CARTA-FACTURA	Carta enviada por TELEvisa a COFRESA el veintiséis de septiembre de dos mil trece, por medio de la cual consta el envío de la factura número 12730, relacionada con el CPSP-GTV 2013.
CARTA-TARIFAS	Carta enviada por TELEvisa a COFRESA, de dieciocho de septiembre de dos mil trece, por medio de la cual consta el envío de las tarifas relacionadas con el CPSP-GTV 2013.

Concepto	Descripción
CARTA-TELEVISA 2014	Carta de veintidós de enero de dos mil catorce, en la cual TELEVISA puntualiza que el CPSP-GTV 2013 estuvo vigente del primero de septiembre al treinta y uno de diciembre de dos mil trece.
CFC	Comisión Federal de Competencia, órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Economía, creado mediante Decreto por el que se expidió la Ley Federal de Competencia Económica, publicada en el DOF el veinticuatro de diciembre de mil novecientos noventa y dos, extinto mediante el DECRETO DE REFORMA CONSTITUCIONAL.
CFPC	Código Federal de Procedimientos Civiles, ordenamiento supletorio en materia de competencia económica conforme a lo estipulado en el artículo 34 bis <i>in fine</i> de la LFCE.
COFETEL	Comisión Federal de Telecomunicaciones, órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, creado mediante el Decreto por el que se crea la Comisión Federal de Telecomunicaciones publicado en el DOF el nueve de agosto de mil novecientos noventa y seis, extinta mediante el DECRETO DE REFORMA CONSTITUCIONAL.
COFRESA	Comercializadora de Frecuencia Satelitales, S. de R.L. de C.V.
CONTRATO GTV-TELEVISA	Contrato de prestación de servicios celebrado entre GTV y TELEVISA, sin fecha de firma pero con vigencia indefinida a partir del primero de noviembre de dos mil cuatro, mediante el cual se establece la obligación de TELEVISA a prestar los servicios de publicidad que sean requeridos a GTV.
CORREOS COFRESA-ESTUDIOS AZTECA	Comunicaciones electrónicas establecidas entre COFRESA y Tv AZTECA en los meses de enero, agosto y septiembre de dos mil trece.
CORREOS COFRESA-TELEVISA	Comunicaciones electrónicas establecidas entre COFRESA y TELEVISA en los meses de agosto a octubre de dos mil trece.
CPEUM	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
CPSP	Contrato(s) de prestación de servicios publicitarios en TV radiodifundida.
CPSP-AZTECA 2012	Contrato de prestación de servicios publicitarios de dos de noviembre de dos mil doce, negociado por COFRESA y ESTUDIOS AZTECA.
CPSP-AZTECA 2013	Proyecto de contrato de prestación de servicios publicitarios de veintitrés de septiembre de dos mil trece, negociado por COFRESA y ESTUDIOS AZTECA.
CPSP-GTV 2010	Contrato de prestación de servicios publicitarios de cinco de noviembre de dos mil diez, negociado por COFRESA y GTV.
CPSP-GTV 2012	Contrato de prestación de servicios publicitarios de quince de noviembre de dos mil doce, firmado por COFRESA y TELEVISA.
CPSP-GTV 2013	Contrato de prestación de servicios publicitarios de primero de septiembre de dos mil trece, firmado entre COFRESA y TELEVISA.
CPSP-TELECOM	Contratos de prestación de servicios publicitarios en TV radiodifundida, celebrados indistintamente con agentes económicos relacionados con los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión en el periodo comprendido entre los años dos mil once a dos mil quince para TELEVISA, y dos mil doce a dos mil quince para ESTUDIOS AZTECA.
C.V.	Capital Variable.
DATOS B ANCIROS 2012	Datos relativos a la cuenta bancaria de TELEVISA, relacionada con el depósito del pago por el CPSP-GTV 2012.
DATOS B ANCIROS 2013	Datos relativos a la cuenta bancaria de TELEVISA, relacionada con el depósito del pago por el CPSP-GTV 2013.

Concepto	Descripción
DECRETO DE REFORMA CONSTITUCIONAL	Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la CPEUM, en materia de telecomunicaciones, publicado en el DOF el once de junio de dos mil trece.
DENUNCIA	Escrito de denuncia presentado el veintinueve de enero de dos mil catorce por COFRESA ante la OFICIALÍA, en contra de GTV y TV AZTECA, por la probable comisión de prácticas monopólicas relativas en el mercado de la venta de publicidad en TV radiodifundida.
DENUNCIADAS	GRUPO TELEvisa y TV AZTECA.
DENUNCIANTE	COFRESA.
DESAHOGO-PREVENCIÓN	Escrito presentado ante la OFICIALÍA el doce de marzo de dos mil catorce, en atención al acuerdo de prevención emitido por la Titular de la UCE el catorce de febrero de dos mil catorce.
DF	Distrito Federal o Ciudad de México, según corresponda.
DGPMCI	Dirección General de Prácticas Monopólicas y Concentraciones Ilícitas de este Instituto.
DOF	Diario Oficial de la Federación.
DTH	Transmisión satelital directa al hogar ("Direct To Home", por sus siglas en inglés).
ESTATUTO ORGÁNICO	Estatuto Orgánico del Instituto, publicado en el DOF el cuatro de septiembre de dos mil catorce y modificado mediante acuerdos del PLENO publicados en el DOF el diecisiete de octubre de dos mil catorce y el diecisiete de octubre de dos mil dieciséis.
ESTATUTO ORGÁNICO 2014	Estatuto Orgánico del Instituto, publicado en el DOF el cuatro de septiembre de dos mil catorce y modificado mediante acuerdo del PLENO publicado en el DOF el diecisiete de octubre de dos mil catorce.
ESTUDIO ERNST & YOUNG	Estudio sobre la publicidad en los medios de comunicación masiva en México: eficiencia, alcance, impacto y experiencia, del año dos mil quince, realizado por Ernst & Young Global Limited, con información de IBOPE AGB, México, S.A. de C.V.
ESTUDIOS AZTECA	Estudios Azteca, S.A. de C.V.
EUA	Estados Unidos de América.
EXPEDIENTE	Las actuaciones de la presente investigación radicadas en el expediente administrativo identificado con el número UCE/DE-003-2014. En lo sucesivo, las referencias que se hagan respecto de diversos folios se entenderán realizadas respecto a dicho sumario, salvo que expresamente se establezca lo contrario.
EXPEDIENTE CONDICIONES	Expediente número E-IFT/UC/RR/0002/2013 del índice del Instituto, antes RA-043-2012 y acumulado, del índice de la CFC.
FACTURA-ESTUDIOS AZTECA	Factura número [REDACTED] emitida por ESTUDIOS AZTECA a COFRESA, respecto al CPSP-AZTECA 2013.
FACTURA-TELEvisa	Factura número [REDACTED] la cual fue enviada por TELEvisa a COFRESA, con relación al CPSP-GTV 2013.
FE DE HECHOS ENERO-TELEvisa	Fe de hechos que consta en las actas mil doscientos treinta (1,230) y mil doscientos cincuenta y cuatro (1,254), instrumentadas por el Corredor Público número ocho del DF, de diez y quince de enero de dos mil catorce, respectivamente.
FE DE HECHOS FEBRERO-TELEvisa	Fe de hechos que consta en las actas mil doscientos ochenta y uno (1,281) y mil doscientos ochenta y cuatro (1,284), instrumentadas por el corredor público número ocho del DF, de siete y diez de febrero de dos mil catorce, respectivamente.
GIE	Grupo(s) de Interés Económico(s).

Concepto	Descripción
GIE AZTECA	GIE conformado por TV AZTECA y sus siete subsidiarias principales (al 99.99%) entre las que se encuentran: Televisión Azteca, S.A. de C.V., Azteca Novelas, S.A.P.I de C.V., Red Azteca Internacional, S.A. de C.V., Comerciacom, S.A. de C.V., ESTUDIOS AZTECA y Operadora Mexicana de Televisión, S.A. de C.V. entre otras.
GIE TELEvisa	GIE conformado por GRUPO TELEvisa y TELEvisa, entre otras.
GRUPO TELEvisa O GTV	Grupo Televisa, S.A.B.
IMPI	Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.
INSTITUTO	Instituto Federal de Telecomunicaciones.
LFCE	Ley Federal de Competencia Económica, publicada en el DOF el veinticuatro de diciembre de mil novecientos noventa y dos, con su correspondiente reforma publicada en el DOF el nueve de abril de dos mil doce.
*	* Gerente de Medios de COFRESA.
*	*
*	*
MERCADO INVESTIGADO	Mercado de la venta de publicidad en TV radiodifundida en territorio nacional.
*	*
*	* Ejecutiva de Ventas de ESTUDIOS AZTECA.
OFICIALÍA	Oficialía de partes de este INSTITUTO.
OFICIO * / 051/2015	Requerimiento de información dirigido a * con número de oficio IFT/110/AI/DG-PMCI/051/2015, emitido el tres de julio de dos mil quince.
OFICIO COFRESA 003/2015	Requerimiento de información dirigido a COFRESA con número de oficio IFT/110/AI/DG-PMCI/003/2015, emitido el cinco de febrero de dos mil quince.
OFICIO COFRESA 017/2015	Requerimiento de información dirigido a COFRESA con número de oficio IFT/110/AI/DG-PMCI/017/2015, emitido el diez de abril de dos mil quince.
OFICIO COFRESA 064/2015	Requerimiento de información dirigido a COFRESA con número de oficio IFT/110/AI/DG-PMCI/064/2015, emitido el diecinueve de octubre de dos mil quince.
OFICIO COFRESA 019/2016	Requerimiento de información dirigido a COFRESA con número de oficio IFT/110/AI/DG-PMCI/019/2016, emitido el doce de abril de dos mil dieciséis.
OFICIO ESTUDIOS AZTECA 011/2015	Requerimiento de información dirigido a ESTUDIOS AZTECA con número de oficio IFT/110/AI/DG-PMCI/011/2015, emitido el cuatro de marzo de dos mil quince.
OFICIO ESTUDIOS AZTECA 020/2016	Requerimiento de información dirigido a ESTUDIOS AZTECA con número de oficio IFT/110/AI/DG-PMCI/020/2016, emitido el doce de abril de dos mil dieciséis.
OFICIO ESTUDIOS AZTECA 039/2016	Requerimiento de información dirigido a ESTUDIOS AZTECA con número de oficio IFT/110/AI/DG-PMCI/039/2016, emitido el treinta y uno de mayo de dos mil dieciséis.
OFICIO * 056/2015	Requerimiento de información dirigido a * con número de oficio IFT/110/AI/DG-PMCI/056/2015, emitido el siete de agosto de dos mil quince.
OFICIO * 003/2016	Requerimiento de información dirigido a * con número de oficio IFT/110/AI/DG-PMCI/003/2016 emitido el veintiséis de enero de dos mil dieciséis.

Concepto	Descripción
OFICIO * 027/2015	Requerimiento de información dirigido a * con número de oficio IFT/110/AI/DG-PMCI/027/2015, emitido el treinta de abril de dos mil quince.
OFICIO * 021/2016	Requerimiento de información dirigido a * con número de oficio IFT/110/AI/DG-PMCI/021/2016, emitido el catorce de abril de dos mil dieciséis.
OFICIO TELEVISA 011/2014	Requerimiento de información dirigido a TELEVISA con número de oficio IFT/110/AI/DG-PMCI/011/2014, emitido el dieciocho de noviembre de dos mil catorce.
OFICIO TELEVISA 014/2015	Requerimiento de información dirigido a TELEVISA con número de oficio IFT/110/AI/DG-PMCI/014/2015 emitido el veinte de marzo de dos mil quince.
OFICIO TELEVISA 067/2015	Requerimiento de información dirigido a TELEVISA con número de oficio IFT/110/AI/DG-PMCI/067/2015 emitido el trece de noviembre de dos mil quince.
OFICIO TELEVISA 053/2016	Requerimiento de información dirigido a TELEVISA con número de oficio IFT/110/AI/DG-PMCI/053/2016 emitido el primero de julio de dos mil dieciséis.
OFICIO * 007/2016	Requerimiento de información dirigido a * con número de oficio IFT/110/AI/DG-PMCI/007/2016, emitido el nueve de febrero de dos mil dieciséis.
* *	* * Directora Comercial de Ventas de TELEVISA.
* *	* * Gerente de Ventas de ESTUDIOS AZTECA.
* *	* * Gerente Comercial de TELEVISA.
PDF	Formato de documento portátil (<i>Portable Document Format</i> , por sus siglas en inglés).
PJF	Poder Judicial de la Federación.
PLAN COMERCIAL 2013	Descripción de los servicios de publicidad en TV radiodifundida ofrecidos por TELEVISA para el año dos mil trece.
PLAN COMERCIAL 2014	Descripción de los servicios de publicidad en TV radiodifundida ofrecidos por TELEVISA para el año dos mil catorce.
PLAN COMERCIAL 2015	Descripción de los servicios de publicidad en TV radiodifundida ofrecidos por TELEVISA para el año dos mil quince.
PLAN COMERCIAL 2016	Descripción de los servicios de publicidad en TV radiodifundida ofrecidos por TELEVISA para el año dos mil dieciséis.
PLANES COMERCIALES TELEVISA	Descripción de los servicios de publicidad en TV radiodifundida provistos por TELEVISA para el periodo comprendido por los años dos mil once a dos mil quince, con excepción del año dos mil doce.
PLENO	Pleno del INSTITUTO.
REGISTRO PÚBLICO	Registro Público de la Propiedad y de Comercio del DF.
REPORTE ANUAL BMV 2012	Reporte anual que se presenta a la BMV, de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el año terminado el treinta y uno de diciembre de dos mil doce.
REPORTE ANUAL BMV 2013	Reporte anual que se presenta a la BMV, de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el año terminado el treinta y uno de diciembre de dos mil trece.
REPORTE ANUAL BMV 2014	Reporte anual que se presenta a la BMV, de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el año terminado el treinta y uno de diciembre de dos mil catorce.

Concepto	Descripción
REPORTE ANUAL BMV 2015	Reporte anual que se presenta a la BMV, de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el año terminado el treinta y uno de diciembre de dos mil quince.
RLFCE	Reglamento de la LFCE, publicado en el DOF el doce de octubre de dos mil siete.
RPT / RPTs	Red(es) Pública(s) de Telecomunicaciones.
S.A.	Sociedad Anónima.
S.A.B.	Sociedad Anónima Bursátil.
SCJN	Suprema Corte de Justicia de la Nación.
SCT	Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
*	*
S.R.L.	Sociedad de Responsabilidad Limitada.
*	*
TELEVISA	Televisa, S.A. de C.V.
*	*
TV	Televisión.
*	*
TV AZTECA	TV Azteca, S.A.B. de C.V. ¹
*	*
UCE	Unidad de Competencia Económica del INSTITUTO.
USB	<i>Universal Serial Bus</i> , por sus siglas en inglés.
*	* Director de Imagen Corporativa de COFRESA.

I. Antecedentes

Primero. Presentación de la denuncia. El veintinueve de enero de dos mil catorce, COFRESA presentó la DENUNCIA ante la OFICIALÍA en contra de GRUPO TELEVISA y TV AZTECA, por la probable comisión de las prácticas monopólicas relativas previstas en las fracciones V, VI, X y XI del artículo 10 de la LFCE, en el mercado de la venta de publicidad en TV radiodifundida en el territorio nacional.²

Segundo. Acuerdo de prevención. El catorce de febrero de dos mil catorce, la Titular de la UCE emitió un acuerdo mediante el cual previno a la DENUNCIANTE, a efecto de que aclarara diversa información y presentara diversos documentos relacionados con los

¹ COFRESA define en su DENUNCIA a TV Azteca, S.A.B. de C.V. como "Grupo Salinas". Por lo anterior, las referencias a dicho GIE se entenderán como TV AZTECA. Folio 2.

² Folios 1 a 76. La DENUNCIANTE argumentó igualmente el incumplimiento de las condiciones impuestas por la CFC en el EXPEDIENTE CONDICIONES, al señalar que GTV y TV AZTECA han incumplido con la condición impuesta en la resolución emitida por el Pleno de la CFC en dicho expediente y que consiste en "(...) ofrecer espacios de publicidad en términos y condiciones de mercado, a cualesquier persona que, de acuerdo con la legislación aplicable, cuente con una concesión de redes públicas de telecomunicaciones y esté autorizado para prestar uno o más de los servicios de telecomunicaciones que prestan tanto GSF como Grupo Televisa".

hechos expuestos en su DENUNCIA.³ Dicha prevención fue notificada el dieciocho de febrero de dos mil catorce⁴ y desahogada por COFRESA mediante escrito presentado ante la OFICIALÍA el doce de marzo de dos mil catorce.⁵

Tercero. Acuerdo de Inicio. El dos de abril de dos mil catorce, la Titular de la UCE emitió acuerdo mediante el cual tuvo por desahogada la prevención realizada a COFRESA y admitió a trámite la DENUNCIA. Asimismo, ordenó el inicio de la investigación respecto de la realización de probables prácticas monopólicas relativas en el MERCADO INVESTIGADO.

Adicionalmente, turnó el EXPEDIENTE a la DGPMCI, con la finalidad de que tramitara y realizara la investigación correspondiente. A dicha investigación se le asignó el número de expediente UCE/DE-003-2014.⁶

De conformidad con lo ordenado mediante el ACUERDO DE INICIO, el veinticinco de abril de dos mil catorce se publicó en el DOF un extracto de dicho acuerdo, el cual se transcribe a continuación:⁷

"EXTRACTO DEL ACUERDO POR EL QUE EL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES INICIA LA INVESTIGACIÓN POR DENUNCIA RADICADA BAJO EL NÚMERO DE EXPEDIENTE UCE/DE-003-2014 POR PRÁCTICAS MONOPÓLICAS RELATIVAS PREVISTAS EN LAS FRACCIONES V, VI, X Y XI DEL ARTÍCULO 10 DE LA LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA, EN EL MERCADO DE LA VENTA DE PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN ABIERTA EN EL TERRITORIO NACIONAL.- AL MARGEN UN SELLO QUE DICE: - INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES.- UNIDAD DE COMPETENCIA ECONOMICA.- UCE/DE-003-2014.

Toda vez que se han hecho del conocimiento de este Instituto Federal de Telecomunicaciones hechos que podrían constituir prácticas monopólicas relativas en términos del artículo 10, fracciones V, VI, X y XI de la Ley Federal de Competencia Económica, consistentes en que, sujeto a que se comprueben los supuestos a que se refieren los artículos 11, 12 y 13 de la Ley Federal de Competencia Económica, se realicen o se hayan realizado actos, contratos, convenios, procedimientos o combinaciones cuyo objeto o efecto sea o pueda ser desplazar indebidamente a otros agentes del mercado, impedirles sustancialmente su acceso o establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas, mediante la acción unilateral consistente en rehusarse a vender, comercializar o proporcionar a personas determinadas bienes o servicios disponibles y normalmente ofrecidos a terceros; la concertación entre varios agentes económicos o la invitación a estos, para ejercer presión contra algún agente económico o para rehusarse a vender, comercializar o adquirir bienes o servicios a dicho agente económico, con el propósito de disuadirlo de una determinada conducta, aplicar represalias u obligarlo a actuar en un sentido determinado; el establecimiento de distintos precios o condiciones de venta o compra para diferentes compradores o vendedores situados en igualdad de condiciones; la acción de uno o varios agentes económicos cuyo objeto o efecto, directo o indirecto, sea incrementar los costos u obstaculizar el proceso productivo o reducir la demanda que enfrentan sus competidores, en el mercado de la venta de publicidad en televisión abierta en el territorio nacional, sin perjuicio de que durante la tramitación del procedimiento que se inicia, este Instituto tuviera conocimiento de hechos que pudieran actualizar alguna otra de las conductas prohibidas por la Ley Federal de Competencia Económica; con fundamento en los artículos 28 párrafos primero, segundo, décimo quinto y décimo sexto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; Séptimo Transitorio párrafo cuarto 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" publicado en el Diario Oficial de la Federación el once de junio de dos mil trece; 1, 2, 3, 10, 11, 12, 13, 24, fracciones I, II y XIX, 30, 31, 31 bis, 32, 34 bis, y 34 bis 3 de la Ley Federal de Competencia Económica; 1, 3, 6, 8, 11, 12, 13, 28, 29, 30, fracciones I y III, 32 y 34 del Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica;

³ Folios 2545 a 2548.

⁴ Folios 2549 y 2550.

⁵ Folios 2551 a 2572.

⁶ Folios 2755 a 2764.

⁷ Folios 2766 a 2775.

así como 4, fracción IV, inciso f), 22, fracciones II, VI y VII, 23 fracción VI, y 29, primer párrafo, fracciones I, III, XII, XIX y XX, del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, y toda vez que existe una causa objetiva que pudiese indicar la existencia de posibles prácticas monopólicas relativas, se ordena el inicio de la investigación por denuncia radicada bajo el número de expediente UCE/DE-003-2014.

El presente procedimiento tiene por objeto verificar si existe o no una probable violación a la Ley Federal de Competencia Económica, por lo que no existe todavía la determinación de los hechos y normas cuya violación pueda constituir una infracción, ni la plena identificación del sujeto a quien deberá oírse en defensa como probable responsable, pues como se indica, el objetivo de este procedimiento indagatorio es recabar los medios de prueba que permitan determinar si existen o no los actos prohibidos por la Ley Federal de Competencia Económica que se refirieron.

Lo anterior en la inteligencia de que los hechos que puedan constituir violaciones a la Ley Federal de Competencia Económica, las disposiciones legales que se estimen violadas, así como el o los agentes económicos probablemente responsables, se determinarán, en su caso, en el oficio de probable responsabilidad a que se refiere el artículo 33 de la Ley Federal de Competencia Económica.

En este sentido, y de conformidad con lo señalado en el artículo 28 del Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica, la emisión del presente acuerdo no debe entenderse como un prejuzgamiento sobre la responsabilidad de agente económico alguno, sino como una actuación tendiente a verificar la observancia de la Ley Federal de Competencia Económica.

Conforme a lo establecido en el artículo 31 bis de la Ley Federal de Competencia Económica, la información y los documentos que el Instituto obtenga directamente en la realización de sus investigaciones y diligencias de verificación, será clasificada como confidencial, reservada o pública, en términos de las fracciones I, II y III del artículo mencionado.

Con fundamento en lo previsto en el artículo 29, primer párrafo, fracciones I y XX, apartado A), fracciones I, III y VII, y apartado C), fracción I del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones se turna el presente asunto a la Dirección General de Investigaciones de Prácticas Monopólicas para el efecto de que tramite y realice la investigación correspondiente; realice los requerimientos de documentación e información, cite a declarar a quienes tengan relación con los hechos investigados, y realice inspecciones conforme a lo dispuesto por el artículo 31 de la Ley Federal de Competencia Económica; proponga las medidas de apremio que considere aplicables; y, en general, realice las diligencias necesarias para tramitar el presente procedimiento de investigación de conformidad con las facultades que le otorgan la Ley Federal de Competencia Económica, el Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica y el Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones.

En términos del cuarto párrafo del artículo 30 de la Ley Federal de Competencia Económica, el periodo de la investigación no será inferior a treinta días hábiles ni excederá de ciento veinte días hábiles contados a partir de la publicación del presente extracto, mismo que podrá ser ampliado hasta por cuatro ocasiones por el Instituto, en términos del párrafo quinto del artículo referido.

Lo anterior se publica de conformidad con el artículo 30 de la Ley Federal de Competencia Económica y 32 del Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica, con el objeto de que cualquier persona pueda coadyuvar en la investigación.

México, Distrito Federal, a dos de abril de dos mil catorce.- Así lo acordó y firma la Titular de la Unidad de Competencia Económica con fundamento en los artículos señalados.- La Titular de la Unidad de Competencia Económica del Instituto Federal de Telecomunicaciones.- Rúbrica.- Conste."

Por otro lado, respecto al incumplimiento de las condiciones impuestas en el EXPEDIENTE CONDICIONES, mediante el ACUERDO DE INICIO se señaló que "no ha lugar a acordar de conformidad la solicitud de la denunciante consistente en que se inicie el procedimiento de verificación de cumplimiento de las condiciones impuestas a los denunciados en el expediente RA-043-2012 del índice de la CFC, en tanto conforme a lo ordenado en el artículo 31 bis, segundo párrafo y 7, último párrafo del RLFCE, nadie podrá tener acceso al expediente de investigación, de manera que iniciar el incidente solicitado iría en contra de lo dispuesto en los artículos referidos. No

obstante lo anterior, infórmese a Cofresa que una vez concluido el presente procedimiento, se acordará lo conducente”.

Cuarto. Periodos de investigación. Considerando la fecha de emisión del ACUERDO DE INICIO, los periodos de investigación quedaron configurados de la siguiente manera:

Tabla 1. Periodos de Investigación.

Periodo	Inicio del periodo de investigación ⁸	Vencimiento del periodo de investigación	Emisión de acuerdo de ampliación del periodo de investigación	Publicación en lista
Primero	25.04.2014	27.10.2014	20.10.2014 ⁹	21.10.2014
Segundo	28.10.2014	08.05.2015	04.05.2014 ¹⁰	04.05.2015
Tercero	11.05.2015	09.11.2015	02.11.2015 ¹¹	02.11.2015
Cuarto	10.11.2015	23.05.2016	19.05.2016 ¹²	19.05.2016
Quinto	24.05.2016	23.11.2016	No aplica	

Quinto. Requerimientos de información. Durante la investigación este INSTITUTO emitió diversos requerimientos de información y documentos, mismos que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 2. Requerimientos de Información y documentos.

Número de oficio	Agente económico requerido	Fecha de emisión	Fecha de notificación	Fecha de desahogo
IFT/110/AI/DG-PMCI/011/2014 ¹³	TELEVISA	18.11.2014	24.11.2014 ¹⁴	10.02.2015 ¹⁵
IFT/110/AI/DG-PMCI/003/2015 ¹⁶	COFRESA	05.02.2015	09.02.2015 ¹⁷	06.04.2015 ¹⁸
IFT/110/AI/DG-PMCI/011/2015 ¹⁹	ESTUDIOS AZTECA	04.03.2015	06.03.2015 ²⁰	01.06.2015 ²¹
IFT/110/AI/DG-PMCI/014/2015 ²²	TELEVISA	20.03.2015	24.03.2015 ²³	04.06.2015 ²⁴
IFT/110/AI/DG-PMCI/017/2015 ²⁵	COFRESA	10.04.2015	15.04.2015 ²⁶	26.05.2015 ²⁷

⁸ Todas las fechas referidas en la presente resolución se presentan en formato corto, empezando por los dos dígitos correspondientes al día, los siguientes dos al mes y los restantes cuatro al año.

⁹ Folios 3856 a 3857.

¹⁰ Folios 8388 a 8390.

¹¹ Folios 11008 y 11009.

¹² Folios 14113 a 14115.

¹³ Folios 3863 a 3875.

¹⁴ Folios 3876 y 3877.

¹⁵ Folios 4346 a 4348.

¹⁶ Folios 4320 a 4331.

¹⁷ Folios 4344 y 4345.

¹⁸ Folios 5538 a 5541.

¹⁹ Folios 5208 a 5220.

²⁰ Folios 5221 a 5223.

²¹ Folios 9324 a 9332.

²² Folios 5225 a 5239.

²³ Folios 5240 y 5241.

²⁴ Folios 9333 a 9339.

²⁵ Folios 7844 a 7854.

²⁶ Folio 7855.

²⁷ Folios 9252 y 9253.

Número de oficio	Agente económico requerido	Fecha de emisión	Fecha de notificación	Fecha de desahogo
IFT/110/AI/DG-PMCI/027/2015 ²⁸	██████ *	30.04.2015	05.05.2015 ²⁹	16.06.2015 ³⁰
IFT/110/AI/DG-PMCI/051/2015 ³¹	██████ *	03.07.2015	07.07.2015 ³²	02.10.2015 ³³
IFT/110/AI/DG-PMCI/053/2015 ³⁴	██████ *	08.07.2015	09.07.2015 ³⁵	12.10.2015 ³⁶
IFT/110/AI/DG-PMCI/056/2015 ³⁷	██████ *	07.08.2015	18.08.2015 ³⁸	08.12.2015 ³⁹
IFT/110/AI/DG-PMCI/064/2015 ⁴⁰	COFRESA	19.10.2015	19.10.2015 ⁴¹	24.11.2015 ⁴²
IFT/110/AI/DG-PMCI/067/2015 ⁴³	TELEVISA	13.11.2015	18.11.2015 ⁴⁴	03.02.2016 ⁴⁵
IFT/110/AI/DG-PMCI/001/2016 ⁴⁶	██████ *	25.01.2016	27.01.2016 ⁴⁷	20.04.2016 ⁴⁸
IFT/110/AI/DG-PMCI/002/2016 ⁴⁹	██████ *	25.01.2016	28.01.2016 ⁵⁰	08.03.2016 ⁵¹
IFT/110/AI/DG-PMCI/003/2016 ⁵²	██████ *	26.01.2016	27.01.2016 ⁵³	04.03.2016 ⁵⁴
IFT/110/AI/DG-PMCI/007/2016 ⁵⁵	██████ *	09.02.2016	17.02.2016 ⁵⁶	26.04.2016 ⁵⁷
IFT/110/AI/DG-PMCI/019/2016 ⁵⁸	COFRESA	12.04.2016	12.04.2016 ⁵⁹	25.05.2016 ⁶⁰
IFT/110/AI/DG-PMCI/020/2016 ⁶¹	ESTUDIOS AZTECA	12.04.2016	14.04.2016 ⁶²	27.05.2016 ⁶³

²⁸ Folios 7899 a 7911.

²⁹ Folios 8391 y 9036.

³⁰ Folios 9465 a 9476.

³¹ Folios 9694 a 9708.

³² Folios 9709 a 9727.

³³ Folios 10822 a 10824.

³⁴ Folios 9728 a 9739.

³⁵ Folio 9740.

³⁶ Folios 10839 a 10842.

³⁷ Folios 10033 a 10047.

³⁸ Folios 10088 y 10089.

³⁹ Folios 11633 a 11636.

⁴⁰ Folios 10977 a 10987.

⁴¹ Folio 10988.

⁴² Folios 11625 a 11627.

⁴³ Folios 11343 a 11355.

⁴⁴ Folios 11366 y 11367.

⁴⁵ Folios 12826 a 12830.

⁴⁶ Folios 12762 a 12773.

⁴⁷ Folio 12798.

⁴⁸ Folio 13786.

⁴⁹ Folios 12774 a 12784.

⁵⁰ Folios 12797 y 12825.

⁵¹ Folios 13397 a 13401.

⁵² Folios 12785 a 12795.

⁵³ Folios 12796 y 12824.

⁵⁴ Folios 13389 a 13392.

⁵⁵ Folios 12840 a 12855.

⁵⁶ Folios 13003 y 13004.

⁵⁷ Folios 13790 a 13800.

⁵⁸ Folios 13737 a 13746.

⁵⁹ Folio 13758.

⁶⁰ Folios 14196 a 14199.

⁶¹ Folios 13747 a 13757.

⁶² Folios 13759 y 13760.

⁶³ Folios 14210 a 14215.

Número de oficio	Agente económico requerido	Fecha de emisión	Fecha de notificación	Fecha de desahogo
IFT/110/AI/DG-PMCI/021/2016 ⁶⁴	*	14.04.2016	18.04.2016 ⁶⁵	17.06.2016 ⁶⁶
IFT/110/AI/DG-PMCI/039/2016 ⁶⁷	ESTUDIOS AZTECA	31.05.2016	02.06.2016 ⁶⁸	20.07.2016 ⁶⁹
IFT/110/AI/DG-PMCI/053/2016 ⁷⁰	TELEVISA	01.07.2016	04.07.2016 ⁷¹	31.08.2016 ⁷²
IFT/110/AI/DG-PMCI/058/2016 ⁷³	ESTUDIOS AZTECA	11.08.2016	12.08.2016 ⁷⁴	18.08.2016 ⁷⁵

Sexto. *Oficios de citatorio*. Durante la investigación la AUTORIDAD INVESTIGADORA emitió diversos oficios de citatorio dirigidos a cinco personas físicas con el carácter de terceros coadyuvantes:

Tabla 3. Oficios de citatorio a comparecer.

Número de Oficio	Nombre del compareciente	Carácter de la persona física	Fecha de emisión	Fecha de notificación	Acta de comparecencia
IFT/110/AI/DG-PMCI/044/2014 ⁷⁶	*	Tercero coadyuvante	13.06.2016	14.06.2016 ⁷⁷	22.06.2016 ⁷⁸
IFT/110/AI/DG-PMCI/045/2014 ⁷⁹	*	Tercero coadyuvante	13.06.2016	14.06.2016 ⁸⁰	22.06.2016 ⁸¹
IFT/110/AI/DG-PMCI/052/2014 ⁸²			30.06.2016	01.07.2016 ⁸³	12.07.2016 ⁸⁴
Acuerdo de reiteración ⁸⁵	*	Tercero coadyuvante	18.08.2016	19.08.2016 ⁸⁶	01.09.2016 ⁸⁷
IFT/110/AI/DG-PMCI/065/2016 ⁸⁸			18.08.2016	19.08.2016 ⁸⁹	

⁶⁴ Folios 13763 a 13775.

⁶⁵ Folios 13776 y 13777.

⁶⁶ Folios 14389 a 14394.

⁶⁷ Folios 14217 a 14226.

⁶⁸ Folios 14227 y 14228.

⁶⁹ Folios 14397 a 14400.

⁷⁰ Folios 14217 a 14226.

⁷¹ Folios 14839 y 14840.

⁷² Folios 15532 a 15535.

⁷³ Folios 14992 a 14999.

⁷⁴ Folios 15000, 15002 y 15003.

⁷⁵ Folios 15028 a 15030.

⁷⁶ Folios 14352 a 14358.

⁷⁷ Folios 14367 y 14368.

⁷⁸ Folios 14403 a 14428.

⁷⁹ Folios 14359 a 14365.

⁸⁰ Folios 14366 y 14369.

⁸¹ Folios 14429 a 14451.

⁸² Folios 14810 a 14816.

⁸³ Folios 14817 a 14826.

⁸⁴ Folios 14890 a 14895.

⁸⁵ Folios 15031 a 15045.

⁸⁶ Folios 15055, 15058, 15059, 15060 a 15066.

⁸⁷ Folios 15578 a 15596.

⁸⁸ Folios 15046 a 15052. Se citó mediante ESTUDIOS AZTECA.

⁸⁹ Folios 15053, 15056 y 15057.

Número de Oficio	Nombre del compareciente	Carácter de la persona física	Fecha de emisión	Fecha de notificación	Acta de comparecencia
IFT/110/AI/DG-PMCI/090/2016 ⁹⁰	*	Tercero coadyuvante	31.08.2016	01.09.2016 ⁹¹	12.09.2016 ⁹²
IFT/110/AI/DG-PMCI/105/2016 ⁹³	*	Tercero coadyuvante	15.09.2016	15.09.2016 ⁹⁴	04.10.2016 ⁹⁵

Séptimo. Integración de información. El INSTITUTO emitió diversos acuerdos mediante los cuales ordenó que se integrara al EXPEDIENTE diversa información contenida en fuentes públicas. La información integrada durante la investigación se describe en la siguiente tabla:

Tabla 4. Acuerdos de integración de diversa información.

Fecha del acuerdo	Documento	Descripción
14.05.2014 ⁹⁶	REPORTE ANUAL BMV 2013, por parte de GTV. ⁹⁷	Reporte Anual que presentó GRUPO TELEVISIA a la BMV, de conformidad con las Disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el año terminado el treinta y uno de diciembre de dos mil trece.
	REPORTE ANUAL BMV 2013, por parte de TV AZTECA. ⁹⁸	Reporte Anual que presentó TV AZTECA a la BMV, de conformidad con las Disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el año terminado el treinta y uno de diciembre de dos mil trece.
02.07.2014 ⁹⁹	Registro de marca "Azteca Trece". ¹⁰⁰	Registro de marca mixta ante el IMPI para todo tipo de servicios de telecomunicaciones señalados en el registro (Clase 38, tipo de clase 9).
	Registro de marca "Azteca Trece". ¹⁰¹	Registro de marca mixta ante el IMPI para todo tipo de servicios de entretenimiento (Clase 41, tipo de clase 9).
	Registro de marca "Azteca Trece". ¹⁰²	Registro de marca mixta ante el IMPI para abastecimiento de productos y servicios a terceros, así como el alquiler de espacios publicitarios (Clase 35, tipo de clase 9).
	Registro de marca "Canal de las Estrellas". ¹⁰³	Registro de marca nominativa ante el IMPI para telecomunicaciones (Clase 38, tipo de clase 9).
	Registro de marca "Canal 2". ¹⁰⁴	Registro de marca nominativa ante el IMPI para telecomunicaciones (Clase 38, tipo de clase 1).

⁹⁰ Folios 15536 a 15542.

⁹¹ Folios 15543 y 15544.

⁹² Folios 15536 a 15542.

⁹³ Folios 15814 a 15819. Se citó mediante COFRESA.

⁹⁴ Folio 15823.

⁹⁵ Folios 15949 a 15969.

⁹⁶ Folios 2776 a 2777.

⁹⁷ Folios 2778 a 3026.

⁹⁸ Folios 3027 a 3292.

⁹⁹ Folios 3413 a 3414.

¹⁰⁰ Folios 3415 a 3417.

¹⁰¹ Folios 3418 a 3420.

¹⁰² Folios 3421 a 3425.

¹⁰³ Folios 3426 a 3428.

¹⁰⁴ Folios 3429 a 3431.

	Registro de marca "Canal de las Estrellas". ¹⁰⁵	Registro de marca mixta ante el IMPI para discos compactos (Clase 9, tipo de clase 9).
19.08.2014 ¹⁰⁶	PLAN COMERCIAL 2014. Descripción de los servicios de publicidad que ofrece TELEvisa en TV radiodifundida. ¹⁰⁷	Servicios de publicidad que ofrece TELEvisa en TV radiodifundida. Así como los términos y condiciones de la adquisición y política de operación.
	Tarifas de referencia en TV radiodifundida de los canales ancla 2014 costo por spot de veinte segundos. ¹⁰⁸	Tarifas de referencia.
	Contrato de prestación de servicios publicitarios. ¹⁰⁹	Formato de contrato de prestación de servicios publicitarios.
23.09.2014 ¹¹⁰	Aviso de privacidad de TELEvisa. ¹¹¹	Información sobre servicios y tratamiento en materia de los datos personales proporcionados por los usuarios de TELEvisa. Información sobre la razón o denominación social y el domicilio de TELEvisa.
	Instalaciones de "Televisa Chapultepec" (TELEvisa). ¹¹²	Información relacionada con las actividades que se desarrollan en las instalaciones de "Televisa Chapultepec" (TELEvisa), así como el domicilio donde se ubican dichas instalaciones.
14.10.2014 ¹¹³	REPORTE ANUAL BMV 2012, por parte de TV AZTECA. ¹¹⁴	Reporte Anual que presentó TV AZTECA ante la BMV, de acuerdo con las Disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el año terminado el treinta y uno de diciembre de dos mil doce.
	Condiciones del mercado de TV radiodifundida. ¹¹⁵	Estudio realizado por el Centro de Investigación y Docencia Económicas, A.C. (CIDE) en conjunto con la COFETEL, sobre el mercado de servicios de TV radiodifundida en México.
	Documento de referencia a la consulta pública para la licitación de frecuencias para TV radiodifundida. ¹¹⁶	Documento emitido por la COFETEL, en el cual se destacan algunos elementos generales que sirven de referencia al ejercicio de consulta pública para la licitación de frecuencias para TV radiodifundida, realizada en diciembre de dos mil once.
	Infraestructura de estaciones de TV. ¹¹⁷	Información publicada por el INSTITUTO referente a la infraestructura de las estaciones de TV, así como información sobre canales de diversos concesionarios.
	Estudio de calidad en "TV". ¹¹⁸	Estudio realizado por <i>Latin American Multichannel</i> para el año dos mil trece, referente a la calidad percibida de los canales de TV en México.

¹⁰⁵ Folios 3432 a 3434.

¹⁰⁶ Folios 3444 a 3446.

¹⁰⁷ Folios 3447 a 3465.

¹⁰⁸ Folios 3466 a 3469.

¹⁰⁹ Folios 3470 a 3471.

¹¹⁰ Folios 3472 a 3474.

¹¹¹ Folios 3475 a 3478.

¹¹² Folios 3479 a 3480.

¹¹³ Folios 3481 a 3484.

¹¹⁴ Folios 3485 a 3631.

¹¹⁵ Folios 3632 a 3736.

¹¹⁶ Folios 3737 a 3745.

¹¹⁷ Folios 3746 a 3791.

¹¹⁸ Folios 3792 a 3820.

	Media Performance dos mil once. ¹¹⁹	Anuario dos mil once realizado por Nielsen-IBOPE México, el cual contiene información sobre la industria de la comunicación.
	Acuerdo mediante el cual el PLENO emitió los "Lineamientos generales en relación con lo dispuesto por la fracción I del artículo Octavo Transitorio del (DECRETO DE REFORMA CONSTITUCIONAL)". ¹²⁰	Acuerdo publicado en el DOF el veintisiete de febrero de dos mil catorce, mediante el cual el PLENO emitió los lineamientos <i>must carry/must offer</i> .
28.10.2014 ¹²¹	Directorio de directores comerciales de TELEvisa. ¹²²	Contacto de diversas personas relacionadas con la contratación de los servicios de publicidad que ofrece TELEvisa en TV radiodifundida.
01.12.2014 ¹²³	Condiciones del mercado de TV radiodifundida en México. ¹²⁴	Estudio realizado por el Centro de Investigación y Docencia Económicas, A.C. (CIDE) en conjunto con la COFETEL sobre el mercado de TV radiodifundida en México.
	ANEXO 1. Medidas relacionadas con la compartición de infraestructura, contenidos, publicidad e información que son aplicables al GIE al que pertenece GRUPO TELEvisa en su carácter de agente económico preponderante en el sector de radiodifusión. ¹²⁵	Documento publicado por el PLENO mediante el cual se establecen las medidas relacionadas con la compartición de infraestructura, contenidos, publicidad e información que son aplicables al GIE al que pertenece GRUPO TELEvisa, en su carácter de agente económico preponderante en el sector de radiodifusión.
17.02.2015 ¹²⁶	Actividades comerciales de [REDACTED]. ¹²⁷	Información relativa a las actividades comerciales de [REDACTED].*
	Visión y misión de [REDACTED]. ¹²⁸	Información relativa a la visión y misión de [REDACTED].*
	Servicios ofrecidos por [REDACTED]. ¹²⁹	Información relativa a los servicios ofrecidos por [REDACTED].*
	Clientes de [REDACTED]. ¹³⁰	Información relativa a diversos clientes de [REDACTED].*
	Domicilio de [REDACTED]. ¹³¹	Información relativa al domicilio de [REDACTED].*
	Registro de marca de [REDACTED]. ¹³²	Información relativa al registro de marca de [REDACTED].*

¹¹⁹ Folios 3821 a 3837.

¹²⁰ Folios 3838 a 3855.

¹²¹ Folios 3858 y 3859.

¹²² Folios 3860 a 3862.

¹²³ Folios 3878 y 3879.

¹²⁴ Folios 3880 a 3984.

¹²⁵ Folios 3895 a 4002.

¹²⁶ Folios 4349 y 4350.

¹²⁷ Folios 4351 a 4353.

¹²⁸ Folios 4354 y 4355.

¹²⁹ Folios 4356 y 4357.

¹³⁰ Folios 4358 a 4360.

¹³¹ Folios 4361 y 4362.

¹³² Folios 4363 y 4364.

23.02.2015 ¹³³	Acuerdo publicado en el DOF el veintisiete de febrero de dos mil catorce.	Acuerdo mediante el cual el PLENO emitió los lineamientos generales en relación con lo dispuesto por la fracción I del artículo octavo transitorio del DECRETO DE REFORMA CONSTITUCIONAL.
23.04.2015 ¹³⁴	Descripción de * ¹³⁵	Información relativa a la descripción del agente económico *
	Historia de * ¹³⁶	Información relacionada con la historia de *
	Contrato de prestación de servicios en materia de telecomunicaciones ofrecidos por * ¹³⁷	Solicitud de contrato de servicios, así como los términos y condiciones del contrato de prestación de servicios en materia de telecomunicaciones que celebra * con sus suscriptores.
16.06.2015 ¹³⁸	REPORTE ANUAL BMV 2014, por parte de * ¹³⁹	Reporte Anual que presentó * ante la BMV, de acuerdo con las Disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el año terminado el treinta y uno de diciembre de dos mil catorce.
04.08.2015 ¹⁴⁰	REPORTE ANUAL BMV 2014, por parte de * ¹⁴¹	Reporte Anual que presentó * ante la BMV, de acuerdo con las Disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el año terminado al treinta y uno de diciembre de dos mil catorce.
02.11.2015 ¹⁴²	Contrato de prestación de servicios publicitarios ofrecidos por GRUPO TELEvisa. ¹⁴³	Solicitud de contrato de servicios publicitarios, en el que se observan sus términos y condiciones.
	REPORTE ANUAL BMV 2014, por parte de GRUPO TELEvisa. ¹⁴⁴	Reporte Anual que presentó GRUPO TELEvisa ante la BMV, de acuerdo con las Disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el año terminado el treinta y uno de diciembre de dos mil catorce.
12.01.2016 ¹⁴⁵	REPORTE ANUAL BMV 2014, por parte de * ¹⁴⁶	Reporte Anual que presentó * ante la BMV, de acuerdo con las Disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el año terminado el treinta y uno de diciembre de dos mil catorce.
	Aviso de privacidad de * ¹⁴⁷	Aviso de privacidad relacionado con el tratamiento de datos personales recabados por *.
	Aviso de privacidad de * ¹⁴⁸	Aviso de privacidad relacionado con el tratamiento de datos personales recabados por *.

¹³³ Folios 4365 y 4366.

¹³⁴ Folios 7874 y 7875.

¹³⁵ Folios 7876 a 7878.

¹³⁶ Folios 7879 y 7880.

¹³⁷ Folios 7881 a 7898.

¹³⁸ Folios 9477 y 9478.

¹³⁹ Folios 9479 a 9693.

¹⁴⁰ Folios 9818 y 9819.

¹⁴¹ Folios 9820 a 10018.

¹⁴² Folios 11010 y 11011.

¹⁴³ Folios 11012 y 11013.

¹⁴⁴ Folios 11014 a 11316.

¹⁴⁵ Folios 12477 a 12478.

¹⁴⁶ Folios 12479 a 12698.

¹⁴⁷ Folios 12699 a 12709.

¹⁴⁸ Folios 12710 a 12715.

	Aviso de privacidad de * * 149	Aviso de privacidad relacionado con el tratamiento de datos personales recabados por *
18.01.2016 ¹⁵⁰	¿La estrategia de medios de tu compañía tiene la dirección adecuada? ESTUDIO ERNST & YOUNG. ¹⁵¹	Estudios de publicidad en los medios de comunicación masiva en México: eficiencia, alcance, impacto y experiencia.
18.03.2016 ¹⁵²	* ¿Quiénes somos? ¹⁵³	Descripción de la sociedad * y el servicio que provee.
	Aviso de privacidad de * * 154	Aviso de privacidad relacionado con el tratamiento de datos personales recabados por *
	Contrato de prestación de servicios de * * 155	Contrato de prestación de servicios para suscripción del servicio brindado por *
	REPORTE ANUAL BMV 2014, por parte de TV AZTECA. ¹⁵⁶	Reporte Anual que presentó TV AZTECA ante la BMV, de acuerdo con las Disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el año terminado el treinta y uno de diciembre de dos mil catorce.
30.06.2016 ¹⁵⁷	REPORTE ANUAL BMV 2015, por parte de GRUPO TELEvisa. ¹⁵⁸	Reporte Anual que presentó GRUPO TELEvisa ante la BMV, de acuerdo con las Disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el año terminado el treinta y uno de diciembre de dos mil quince.
15.07.2016 ¹⁵⁹	Carta relacionada con el Plan Comercial de TELEvisa, de dos mil dieciséis. ¹⁶⁰	Carta del C. * relacionada con el Plan Comercial de TELEvisa, correspondiente al año dos mil dieciséis.
	"POLÍTICA TV ABIERTA (PLAN COMERCIAL 2016)". ¹⁶¹	"POLÍTICA TV ABIERTA (PLAN COMERCIAL 2016)". Plan Comercial correspondiente al año dos mil dieciséis de TELEvisa.
26.08.2016 ¹⁶²	REPORTE ANUAL BMV 2015, por parte de TV AZTECA 2015. ¹⁶³	Reporte Anual que presentó TV AZTECA ante la BMV, de acuerdo con las Disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el año terminado el treinta y uno de diciembre de dos mil quince.
	Información financiera del segundo trimestre de dos mil dieciséis de * * 164	Información financiera del segundo trimestre de dos mil dieciséis de * de la cual se desprende que a partir del quince de febrero de dos mil dieciséis, es una subsidiaria de Alfa, S.A.B. de C.V.

¹⁴⁹ Folios 12716 a 12761.

¹⁵⁰ Folios 12719 y 12720.

¹⁵¹ Folios 12721 a 12761.

¹⁵² Folios 13402 a 13404.

¹⁵³ Folios 13405 a 13409.

¹⁵⁴ Folios 13410 a 13420.

¹⁵⁵ Folios 13421 a 13427.

¹⁵⁶ Folios 13428 a 13622.

¹⁵⁷ Folios 14506 y 14507.

¹⁵⁸ Folios 14508 a 14809.

¹⁵⁹ Folios 14908 y 14909.

¹⁶⁰ Folios 14910 a 14912.

¹⁶¹ Folios 14913 a 14932.

¹⁶² Folios 15067 y 15068.

¹⁶³ Folios 15069 a 15342.

¹⁶⁴ Folios 15343 a 15407.

15.09.2016 ¹⁶⁵	Resolución del EXPEDIENTE CONDICIONES. ¹⁶⁶	Resolución emitida el nueve de diciembre de dos mil catorce por el PLENO, en el EXPEDIENTE CONDICIONES.
	Comunicado 55/2016 del INSTITUTO. ¹⁶⁷	Comunicado 55/2016 del INSTITUTO: "Inicia el proceso de Opinión Pública sobre las prebases de licitación de 148 canales de televisión".
19.09.2016 ¹⁶⁸	"The Industrial Organization of Markets with Two-Sided Platforms". ¹⁶⁹	Artículo académico escrito por David S. Evans y Richard Schmalensee y publicado en septiembre de dos mil cinco por la Oficina Nacional de Investigaciones Económicas de los EUA. ¹⁷⁰
28.09.2016 ¹⁷¹	* [REDACTED] ¹⁷²	Información sobre [REDACTED] y la publicidad de su relación con TELEvisa.
	* [REDACTED]	
	* [REDACTED] ¹⁷³	

Séptimo. Multas como medidas de apremio. Durante la investigación fueron impuestas dos multas como medidas de apremio, como consecuencia del incumplimiento a diversas órdenes decretadas por el titular de la DGPMCI.

Las multas impuestas como medidas de apremio durante la investigación se describen en la siguiente tabla:

Tabla 5. Multas como medidas de apremio.

Agente económico / persona física	Acuerdo de imposición de multa	Fecha de notificación	Acuerdo de individualización de multa	Fecha de notificación
* [REDACTED]	14.09.2015 ¹⁷⁴	23.09.2015 ¹⁷⁵	23.09.2015 ¹⁷⁶	07.10.2015 ¹⁷⁷
TELEvisa	09.12.2015 ¹⁷⁸	11.12.2015. ¹⁷⁹	18.12.2015 ¹⁸⁰	12.01.2016 ¹⁸¹

Octavo. Manifestaciones de COFRESA. Mediante escrito presentado ante la OFICIALÍA el veintisiete de abril de dos mil dieciséis, COFRESA manifestó que consideraba que la investigación tramitada bajo el EXPEDIENTE se había quedado sin materia, en virtud de las siguientes consideraciones:

"(...) para mi Representada es relevante hacer del conocimiento de ese IFT que COFRESA ha reanudado negociaciones con las empresas denunciadas para la transmisión de anuncios publicitarios en sus canales de televisión abierta. Asimismo, las negociaciones llevadas a cabo con dichas empresas se han suscitado bajo criterios no discriminatorios y en términos de mercado.

¹⁶⁵ Folios 15623 a 15625.

¹⁶⁶ Folios 15626 a 15657.

¹⁶⁷ Folios 15658 a 15661

¹⁶⁸ Folios 15826 y 15827.

¹⁶⁹ Folios 15828 a 15865

¹⁷⁰ Asimismo se ordenó su traducción al español. Folios 15866 a 15902.

¹⁷¹ Folios 15926 y 15927.

¹⁷² Folios 15928 a 15935.

¹⁷³ Folios 15936 a 15938.

¹⁷⁴ Folios 10425 a 10435.

¹⁷⁵ Folios 10814 y 10815.

¹⁷⁶ Folios 10814 y 10815.

¹⁷⁷ Folio 10825.

¹⁷⁸ Folios 11637 a 11645.

¹⁷⁹ Folios 11648 y 11649.

¹⁸⁰ Folios 12457 a 12473.

¹⁸¹ Folios 12475 y 12476.



En este sentido, COFRESA considera que esta investigación ha quedado sin materia¹⁸² (énfasis añadido).

A dicho escrito recayó el acuerdo emitido por el titular de la DGPMCI el tres de mayo de dos mil dieciséis,¹⁸³ mediante el cual señaló lo siguiente:

"(...E)l presente procedimiento de investigación se tramita por los hechos denunciados por COFRESA mediante escrito de denuncia interpuesto el veintinueve de enero de dos mil catorce ante la OFICIALÍA, por lo que las recientes negociaciones para la transmisión de anuncios publicitarios llevadas a cabo entre COFRESA y los agentes económicos denunciados corresponde a una temporalidad distinta a los hechos denunciados. En este sentido, COFRESA no logra demostrar con su manifestación adicional cómo es que la investigación tramitada en el EXPEDIENTE ha quedado sin materia.

Adicionalmente, se hace de su conocimiento que conforme a los artículos 30 de la LFCE y 34, segundo párrafo del RLFCE el presente procedimiento de investigación es de orden público e interés social, y se sustancia a efecto de proteger el proceso de competencia y libre concurrencia, mediante la investigación y combate de prácticas monopólicas y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados, por lo que la Autoridad Investigadora de este INSTITUTO cuidará que el presente procedimiento no se suspenda ni se interrumpa, para lo cual proveerá lo necesario para que concluya en los términos previstos en la LFCE, aún y cuando medie desistimiento por parte de la denunciante".

Noveno. Acuerdo de conclusión. El veinticuatro de noviembre de dos mil dieciséis, el Titular de la AUTORIDAD INVESTIGADORA emitió el acuerdo de conclusión de la investigación tramitada en el EXPEDIENTE.¹⁸⁴ El mismo día fue publicado un extracto de dicho acuerdo en la lista diaria de notificaciones de la AUTORIDAD INVESTIGADORA.

De conformidad con los antecedentes citados y una vez analizada la información obtenida durante la investigación, se emite la presente resolución con base en las siguientes:

II. Consideraciones de Derecho

Primera. Competencia

El PLENO es competente para emitir la presente resolución en la que se decreta el cierre del EXPEDIENTE, con fundamento en los artículos citados en el proemio de la misma, así como por los fundamentos y razonamientos que se exponen a continuación.

De acuerdo con en el artículo 28, párrafos décimo quinto y décimo sexto de la CPEUM, este INSTITUTO "(...) es un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones (...)(p)ara tal efecto, tendrá a su cargo la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones (...)". Por su parte, el párrafo vigésimo, fracción V de dicho precepto constitucional señala que "(l)as leyes garantizarán, dentro de cada organismo, la separación

¹⁸² Folios 13801 y 13802.

¹⁸³ Folios 14092 a 14098.

¹⁸⁴ Folios 16017 y 16018.

entre la autoridad que conoce de la etapa de investigación y la que resuelve en los procedimientos que se sustancien en forma de juicio”.

Asimismo, el artículo Segundo Transitorio, párrafo segundo del “Decreto por el que se expide la Ley Federal de Competencia Económica y se reforman y adicionan diversos artículos del Código Penal Federal”¹⁸⁵ establece que “(l)os procedimientos que se encuentren en trámite a la entrada en vigor del presente Decreto, se sustanciarán conforme a las disposiciones vigentes al momento de su inicio, ante las unidades administrativas que establezca el estatuto orgánico (...)”.

A su vez, el artículo Segundo Transitorio del acuerdo mediante el cual se modificó el ESTATUTO ORGÁNICO 2014 expresamente señala que “(...) aquellos procedimientos que hubieran iniciado con anterioridad a la entrada en vigor de la Ley Federal de Competencia Económica, publicada en el (DOF) el veintitrés de mayo de dos mil catorce, las atribuciones que confieran las normas aplicables al Secretario Ejecutivo, al Presidente o a la Comisión para la sustanciación de la etapa de investigación serán ejercidas por la Autoridad Investigadora, incluyendo el emplazamiento con el Oficio de Probable Responsabilidad (...)”.

Por lo anterior, y de conformidad con el artículo 1, párrafos primero y tercero del ESTATUTO ORGÁNICO, el INSTITUTO es la autoridad en materia de competencia económica en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, por lo que en dichos sectores ejercerá de forma exclusiva las facultades que el artículo 28 de la CPEUM y las disposiciones legales aplicables le confieren en materia de competencia económica. Asimismo, de conformidad con los artículos 4, fracción VI y 62, fracción XII del ESTATUTO ORGÁNICO, la AUTORIDAD INVESTIGADORA está facultada para conducir las investigaciones sobre probables violaciones a la LFCE.

Por otra parte, en términos de los artículos 41, párrafo segundo del RLFCE, así como 4, fracción I, y 6, fracciones XII y XXXVIII del ESTATUTO ORGÁNICO, el PLENO está facultado para resolver sobre el cierre de los procedimientos de investigación en materia de competencia económica para los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, en caso que no existan elementos suficientes para sustentar la probable responsabilidad de un agente económico.

Por lo tanto, el PLENO es competente para conocer y emitir la presente resolución en la que se decreta el cierre del EXPEDIENTE.

Finalmente, se indica que la probable práctica monopólica contraria a la LFCE, cuyo análisis se detalla en la presente resolución, involucra las actividades económicas relacionadas con la venta de publicidad en TV radiodifundida en territorio nacional, servicio que pertenece al sector de radiodifusión.

Segunda. Identificación de los agentes relacionados con la Investigación

A continuación se indican los nombres y las características de los principales agentes económicos involucrados en la Investigación:

2.1. DENUNCIANTE¹⁸⁶

El agente económico denunciante en la investigación del procedimiento tramitado en el EXPEDIENTE es COFRESA, una S.R.L. de C.V., constituida conforme a la legislación de los Estados Unidos Mexicanos como una S.A. de C.V. [REDACTED]

¹⁸⁵ Publicado en el DOF el veintitrés de mayo de dos mil catorce.

¹⁸⁶ Folios 01 a 76.

*

*

*

187

En escritura pública número veintitrés mil cuatrocientos setenta y ocho, otorgada el trece de noviembre de dos mil ocho, ante la fe del notario público número doscientos veintiuno del DF, se hizo constar la protocolización del Acta de Asamblea General Extraordinaria de Accionistas de cuatro de noviembre de dos mil ocho, en la que, entre otros asuntos, se acordó transformar la sociedad, de una S.A. de C.V. a una S.R.L. de C.V.¹⁸⁸

El objeto social de COFRESA incluye, entre otras actividades, las siguientes:¹⁸⁹

- la instalación, operación y explotación de sistemas de TV y/o radio restringida;
- solicitar concesiones, permisos y registros ante el Gobierno Federal o los Gobiernos Estatales y Municipales de los Estados Unidos Mexicanos o del extranjero, en la medida que la ley lo permita;
- la explotación de concesiones para la radiodifusión en cualquiera de sus modalidades;
- dedicarse a cualquier actividad en materia de telecomunicaciones, computación e información mediante el uso de tecnología, presente o futura y a la prestación de bienes y servicios directa o indirectamente relacionados con la materia de telecomunicaciones; --
- la adquisición de derechos, sobre señales de TV que se generen en el extranjero o en la República Mexicana, para ser transmitidas y comercializadas a través del sistema de TV restringida del que es concesionario, o a través de sistemas de TV restringida concesionados a terceros;
- la comercialización en cualquier forma, de servicios de telecomunicaciones;
- la prestación de telefonía local o larga distancia, fija o móvil; conducción y transmisión de señales y datos; TV por cable o TV restringida; servicios de valor agregado o mejorados; servicios de interconexión con otras redes públicas o privadas y cualesquiera otros servicios de telecomunicaciones;
- ser propietaria, operar o explotar sistemas de comunicaciones vía satélite, mediante concesión de la SCT para ocupar posiciones orbitales geoestacionarias, órbitas, satélites y explotar sus respectivas bandas de frecuencias;

¹⁸⁷ Folio 91.

¹⁸⁸ *Idem.*

¹⁸⁹ Folios 92 a 97.

- la prestación de toda clase de servicios de comunicación e información, vía satélite, incluyendo voz, datos y video conforme a las concesiones que, en su caso, expida la SCT;
- la instalación, operación y explotación de RPTs para la prestación de servicios de telecomunicaciones a ser concesionadas;
- la producción, post producción, compra, venta, importación, exportación, distribución y modificación de todo género de programas para TV, de toda clase de material videograbado, programas videograbados para circuito cerrado de TV, de todo género de propaganda comercial, ya sea para radio, TV o cine, y
- llevar a cabo todas las actividades relativas a la negociación en el ramo de la publicidad a través de los medios de comunicación y, en especial, de los relativos a radio y TV.

2.2. DENUNCIADAS

Los agentes económicos denunciados en la presente investigación son GRUPO TELEvisa y TV AZTECA, quienes pertenecen a dos diferentes GIE, a saber: GIE TELEvisa y GIE AZTECA. En este aspecto, a efecto de analizar a dichos GIE, resulta relevante precisar lo siguiente.

En primer lugar, el artículo 3° de la LFCE brinda una definición de lo que se debe entender por agente económico, al enunciar lo siguiente:

"Están sujetos a lo dispuesto por esta Ley todos los agentes económicos, sea que se trate de personas físicas o morales, 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. (...)".

En sesión del veinticuatro de octubre de dos mil siete, la Primera Sala de la SCJN al resolver los cuestionamientos sobre la constitucionalidad del artículo 3° de la LFCE, formulados en el amparo en revisión 169/2007, determinó que los GIE son agentes económicos en términos del artículo referido, debido a que constituyen una forma de participación en la actividad económica.

A continuación se transcribe de manera parcial la sentencia referida:

"(R) resulta importante hacer un pronunciamiento en relación a los (GIE), a quienes, en un momento dado, puede considerárseles como un agente económico. Es factible hablar de un grupo económico cuando un conjunto de personas físicas o morales, entidades o dependencias, entre otras, tiene (sic) intereses comerciales y financieros afines y coordinan sus actividades para lograr el objetivo común, o bien, se unen para la realización de un fin determinado, en aras de obtener dichos intereses comerciales y financieros comunes. En estos casos, es necesario analizar el comportamiento colectivo de las empresas o personas que conforman ese grupo, pues el simple hecho de que estén organizados como tal, no implica que necesariamente todos sus componentes se encuentran vinculados a un grado tal que no puedan actuar de manera aislada e independiente ente (sic) sí, o bien, sin el conocimiento de algunas actividades que no les sean propias a sus funciones y que sólo correspondan a dos o más componentes dentro del grupo económico.

(...) Las doctrinas de la personalidad jurídica distinta a la de los socios han ido cambiando como respuesta a la necesidad fundamental de establecer un control legal efectivo sobre las grandes corporaciones que dominan el sistema económico. Estas corporaciones no son conducidas por una sola corporación o entidad, sino colectivamente por la coordinación de actividades de múltiples empresas interrelacionadas bajo un control común.

En ese sentido, puede ocurrir que aun cuando existiera una relación económica entre diversas entidades comerciales componedoras de un grupo económico determinado, ello no implica que forzosamente todas ellas estén involucradas en la totalidad de las actividades realizadas por el grupo. (...)

Para considerar que existe un grupo económico y que puede tener el carácter de agente económico para efectos de la Ley Federal de Competencia Económica, se debe analizar si una persona, directa o indirectamente, coordina las actividades del grupo para operar en los mercados y, además, puede ejercer una influencia decisiva o control sobre la otra, ya sea de iure o de facto.

El control de iure puede darse de diversas formas, entre otras cuando:

- a) Una persona adquiere la mayoría de las acciones de una empresa;
- b) Existe la facultad de dirigir o administrar a otra en virtud de un contrato, convenios de abastecimiento de largo plazo, el otorgamiento de créditos o cuando una parte importante de los ingresos de una empresa dependan de la venta de los productos de otra;
- c) Se tiene la capacidad o derecho de designar la mayoría de los miembros del consejo de administración u órgano equivalente de otra;
- d) Existe la capacidad o el derecho de designar director, gerente o factor principal de la otra; o
- e) Tenga vínculos por parentesco consanguíneo o afinidad en una o diversas personas morales.

Por otro lado, el análisis del control de facto debe atender no sólo al nivel de participación accionaria cuando ningún socio tiene mayoría absoluta, sino también a la posibilidad de que un socio minoritario pueda obtener mayoría en las asambleas dado el nivel de asistencia; la posición de los otros accionistas (dispersión, vínculos de tipo estructural, económico o familiar con el accionista principal); y el interés financiero (...). (Énfasis añadido).

Por tanto, el criterio adoptado por la SCJN considera que un conjunto de sujetos de derecho (personas físicas o morales) pueden constituir un GIE cuando se conjuntan dos elementos:

- (I) existen intereses comerciales y financieros afines, y
- (II) coordinan sus actividades para lograr el objetivo común o se unen para la realización de un fin determinado, dicho objetivo común o fin determinado va encaminado a la obtención de los intereses comerciales y financieros comunes referidos en el numeral anterior.

Aunado a estos dos elementos, la SCJN consideró la necesidad de analizar si dentro del GIE existe una persona con la posibilidad de: (1) coordinar las actividades del grupo y (2) ejercer al menos una influencia decisiva en el mismo o un control.

La existencia de un ente controlador del GIE se vio reforzada por el siguiente criterio emitido por el Cuarto Tribunal Colegiado de Circuito en materia Administrativa del Primer Circuito del PJF:

"PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN DE PRÁCTICAS MONOPÓLICAS. CUANDO LAS CONDUCTAS ATRIBUIDAS A UNA EMPRESA FUERON DESPLEGADAS POR EL GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO AL QUE PERTENECE, LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA DEBE VINCULAR TANTO AL AGENTE INVESTIGADO COMO A LA INTEGRACIÓN VERTICAL DE OPERACIÓN DEL ALUDIDO GRUPO. En los grupos de interés económico es esencial que haya un órgano de coordinación entre sus integrantes, sin cuya existencia no cabría hablar de una asociación de empresas. Por tanto, a partir de los vínculos de tipo comercial, organizativo, económico, jurídico, relativos al control,

autonomía y unidad de comportamiento en el mercado entre las sociedades que puedan existir, es factible demostrar la influencia de una de las empresas sobre la estrategia de las otras, y justificar que se conciban como una sola unidad económica. Esta circunstancia origina que en la práctica sean muy diversos los procedimientos que pueden utilizar las empresas para ponerse de acuerdo o coordinarse con vistas a restringir la competencia, pudiendo además, en ciertos casos, ser difícil establecer con precisión cómo se ha llegado a un acuerdo o a un comportamiento anticompetitivo concertado, dado el cuidado que los interesados pondrán en ocultar un acuerdo o decisión formal. En esa tesitura, la Comisión Federal de Competencia en el procedimiento de investigación de prácticas monopólicas, cuando las conductas atribuidas a una empresa fueron desplegadas por el grupo de interés económico al que pertenece, debe vincular tanto al agente investigado como a la integración vertical de operación del aludido grupo, por ser la actividad económica de éste la que se juzga en su conjunto.” (Énfasis añadido).¹⁹⁰

Dicho Tribunal jurisdiccional reconoció que el control del GIE puede darse de facto, mediante un poder real, como se aprecia en la siguiente jurisprudencia:

“GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO. SU CONCEPTO Y ELEMENTOS QUE LO INTEGRAN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA. En materia de competencia económica se está ante un grupo de interés económico cuando un conjunto de personas físicas o morales tienen intereses comerciales y financieros afines, y coordinan sus actividades para lograr un determinado objetivo común. Así, aunado a los elementos de interés -comercial y financiero- y de coordinación de actividades, concurren otros como son el control, la autonomía y la unidad de comportamiento en el mercado. En esa tesitura, el control puede ser real si se refiere a la conducción efectiva de una empresa controladora hacia sus subsidiarias, o bien, latente cuando sea potencial la posibilidad de efectuarlo por medio de medidas persuasivas que pueden darse entre las empresas aun cuando no exista vínculo jurídico centralizado y jerarquizado, pero sí un poder real. Bajo esta modalidad -poder latente- es que la autonomía jurídica de las sociedades carece de contenido material, imponiéndose los intereses del grupo o de la entidad económica, entendida como organización unitaria de elementos personales, materiales e inmateriales que persigue de manera duradera un fin económico determinado acorde a los intereses de las sociedades integrantes, es decir, a pesar de la personalidad jurídica propia de cada una de las empresas, éstas se comportan funcionalmente como una sola en el mercado, lo que implica la pérdida de la libertad individual de actuación. Por lo tanto, para considerar que existe un grupo económico y que puede tener el carácter de agente económico, para efectos de la Ley Federal de Competencia Económica, se debe analizar si una persona, directa o indirectamente, coordina las actividades del grupo para operar en los mercados y, además, puede ejercer una influencia decisiva o control sobre la otra, en los términos anotados, sin que sea necesario que se den de manera concomitante.” (Énfasis añadido).¹⁹¹

De los criterios anteriormente citados, se advierte que el PJF ha establecido que la autoridad puede determinar que existe un GIE cuando logra vincular a un conjunto de personas físicas o morales, a pesar de la apariencia de una diversidad de personalidades jurídicas y se pueden desprender las siguientes conclusiones:

1. las grandes corporaciones requieren para alcanzar su objeto o finalidad societaria, la creación de otras personas jurídicas (vgr. subsidiarias, alianzas, coinversiones, etc.) que coadyuvarán y ejecutarán los actos jurídicos necesarios para la consecución de objetivos y resultados;
2. un GIE es una forma de participación en la actividad económica caracterizada por ser un conjunto de personas físicas o morales, entidades o dependencias, o el resultado de la interacción de éstas, con intereses económicos afines y que

¹⁹⁰ Jurisprudencia por reiteración I.4o.A. J/67, con número de registro 168,587, publicada en el Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXVIII, en octubre de dos mil ocho, página 2,286.

¹⁹¹ Jurisprudencia por reiteración I.4o.A. J/66, con número de registro 168,470, publicada en el Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXVIII, noviembre de dos mil ocho, página 1,244.

coordinan sus actividades para alcanzar un objetivo común, o bien que se unen para la realización de un fin determinado, en aras de satisfacer dichos intereses comerciales y financieros comunes;

3. adicionalmente al elemento de finalidad e intereses comunes, es necesario acreditar un elemento de control (*de facto* o *de iure*) entre los miembros del grupo para hablar de la existencia de un GIE, es decir, se debe analizar si una persona, directa o indirectamente, ejerce o puede ejercer influencia sobre el actuar de otro de los miembros o del grupo entero y realizar funciones de coordinación;

4. para efectos de la LFCE, los GIE son considerados agentes económicos por tratarse de una forma de participación en la actividad económica del país;

5. en virtud de lo anterior, el INSTITUTO puede investigar y sancionar a cualquier GIE que haya cometido violaciones a la LFCE en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, incluyendo prácticas monopólicas relativas, y

6. cuando existe un GIE, la autonomía jurídica formal de las personas jurídicas que lo integran, dada por el orden jurídico a partir del otorgamiento de personalidad jurídica, carece de contenido material, pues los intereses del grupo prevalecen por sobre los intereses de cada uno de los miembros considerados individualmente.

Con base en lo analizado anteriormente, a continuación se exponen las personas que integran a los GIE denunciados, únicamente respecto de aquellas que resultan relevantes, a efecto de que este INSTITUTO se pronuncie sobre las conductas investigadas en el EXPEDIENTE.

2.2.1. GIE TELEvisa

I) GRUPO TELEvisa

GTV es una S.A.B., la cual se constituyó conforme a la legislación mexicana como una S.A. de C.V. mediante escritura pública número treinta mil doscientos, de diecinueve de diciembre de mil novecientos noventa, otorgada ante la fe del notario público número setenta y tres del DF, cuyo primer testimonio quedó inscrito en el REGISTRO PÚBLICO, bajo el folio mercantil número ciento cuarenta y dos mil ciento sesenta y cuatro.¹⁹²

En Asamblea General Extraordinaria de Accionistas celebrada el dieciocho de octubre de mil novecientos noventa y tres se acordó la transformación de la sociedad a una S.A., al amparo de la escritura pública número treinta y dos mil quinientos diez, de veintiséis de octubre de mil novecientos noventa y tres, otorgada ante la fe del notario público número setenta y tres del DF, cuyo primer testimonio quedó inscrito en el REGISTRO PÚBLICO, bajo el folio mercantil referido en el párrafo anterior.¹⁹³

Mediante escritura pública número sesenta y un mil trescientos veintiuno, de treinta de enero de dos mil siete, otorgada ante la fe del notario público número cuarenta y cinco del DF, se protocolizó el acta de la Asamblea General Extraordinaria de Accionistas celebrada el veintiuno de diciembre de dos mil seis, en la que se acordó la transformación de la sociedad en una S.A.B.

¹⁹² Folio 11051.

¹⁹³ Ídem

De acuerdo con su REPORTE ANUAL BMV 2015, GRUPO TELEvisa contaba, entre otras, con las subsidiarias que se señalan a continuación:¹⁹⁴

"El cuadro siguiente muestra las subsidiarias significativas de (GRUPO TELEvisa) al 31 de diciembre de 2015:

<u>Nombre de la Subsidiaria</u>	<u>Lugar de Constitución</u>	<u>Porcentaje de Participación⁽¹⁾</u>
Corporativo Vasco de Quiroga, S.A. de C.V. (CVQ) ⁽³⁾	México	100.0%
Subsidiaria Cablemás ⁽⁴⁾	México	100.0%
Cablevisión Red, S.A. de C.V. (Telecable) ⁽²⁾⁽⁵⁾ (6)	México	100.0%
Empresas Cablevisión, S.A.B. de C.V. ⁽²⁾⁽⁵⁾⁽¹⁹⁾	México	51.0%
Grupo Telecable TV, S.A. de C.V. ⁽²⁾⁽⁵⁾	México	10.00%
Televisión Internacional, S.A. de C.V. ⁽²⁾⁽⁵⁾⁽⁶⁾	México	50.0%
Editorial Televisa, S.A. de C.V. ⁽²⁾⁽⁷⁾⁽⁹⁾	México	100.00%
Factum Mas Telecom, S.A. de C.V. ⁽²⁾⁽¹⁰⁾	México	100.00%
Sky DTH, S. de R.L. de C.V. ⁽²⁾⁽¹⁰⁾	México	100.00%
Innova Holdings, S. de R.L. de C.V. ⁽²⁾⁽¹⁰⁾ (Sky) ⁽¹¹⁾	México México	58.7% 58.7%
Grupo Distribuidoras Intermex, S.A. de C.V. ⁽²⁾⁽⁷⁾ (12)	México	100.00%
Grupo Telesistema, S.A. de C.V. ⁽¹³⁾	México	100.00%
G. Televisa-D, S.A. de C.V. ⁽²⁾⁽¹⁴⁾	México	100.00%
Grupo Bissagio, S.A. de C.V. ⁽¹⁵⁾	México	100.00%
Multimedia Telecom, S.A. de C.V. ⁽¹⁵⁾	México	100.00%
Villacezan, S.A. de C.V. ⁽²⁾⁽⁷⁾	México	100.00%
Televisa, S.A. de C.V. ⁽¹⁶⁾	México	100.00%
Televisión Independiente de México, S.A. de C.V. ⁽²⁾	México	100.00%
Sistema Radiópolis, S.A. de C.V. ⁽²⁾⁽⁷⁾⁽¹⁷⁾	México	50.0%
Televisa Juegos, S.A. de C.V. ⁽²⁾⁽⁷⁾⁽¹⁸⁾	México	100.0%

(1) Porcentaje de participación propiedad de (GTV) de manera directa o indirecta a través de otras compañías subsidiarias o afiliadas.

(2) Esta subsidiaria no es una subsidiaria significativa que en el significado de la regla 1-02 (w) de la Regulación S-X en el Acto de Seguridad, la (GTV) la incluyo en la tabla previa para otorgar una descripción más detallada de las operaciones de la (GTV).

(3) Subsidiaria directa a través de la cual la (GTV) lleva a cabo sus operaciones del Segmento de Cable.

(4) Las subsidiarias Cablemás son directa e indirectamente propiedad de CVQ. Al 31 de diciembre de 2014, algunas subsidiarias Cablemás eran subsidiarias directas y otras eran subsidiarias directas de Consorcio Nekeas, S.A. de C.V., una subsidiaria directa al 100% de la Compañía. En enero de 2015, Consorcio Nekeas, S.A. de C.V. se fusionó en Telecom H, S.A.P.I. de C.V., una subsidiaria directa de la Compañía la cual a su vez se fusionó

en julio de 2015 en CVQ. Las subsidiarias directas de Cablemás fueron adquiridas por una subsidiaria directa de CVQ en la segunda mitad del 2015.

(5) Una de cuatro subsidiarias indirectas por medio de la cual, en conjunto con las subsidiarias de Cablemás, (GTV) lleva a cabo sus operaciones del segmento de Cable.

(6) Subsidiaria indirecta de CVQ, la Compañía consolidó (TV) toda vez que designó a la mayoría de los miembros del Consejo de Administración.

(7) Una de cinco subsidiarias a través de las cuales (GTV) opera el segmento de Otros Negocios.

(8) Las subsidiarias Telecable son subsidiarias directas de CVQ como resultado de la fusión de TTelecom en CVQ en julio de 2015. TTelecom era una subsidiaria al 100% a través de la cual la Compañía adquirió Telecable en enero de 2015.

(9) Subsidiaria directa por medio de la cual se opera el negocio de Editoriales de (GTV).

(10) Una de tres subsidiarias por medio de la cual (GTV) posee una participación en Innova.

(11) Subsidiaria indirecta por medio de la cual la Compañía opera el segmento de Sky. (GTV) actualmente es dueña de 58.7% de las acciones de Innova.

(12) Subsidiaria directa por medio de la cual (GTV) maneja las operaciones del negocio de la Distribución de Publicaciones.

(13) Subsidiaria directa por medio de la cual (GTV) opera los segmentos de Contenidos y Otros Negocios.

(14) Subsidiaria indirecta por medio de la cual se realizan ciertas operaciones del segmento de Contenidos.

(15) Subsidiarias indirectas a través de las cuales (GTV) es dueña del 10% del capital social de UHI y mantiene su inversión en opciones (warrants) convertibles en acciones de UHI. En noviembre de 2015, Grupo Xquenda, Ltd. una subsidiaria indirecta anteriormente constituida en Suiza, fue constituida en México bajo el nombre de Grupo Bissagio, S.A. de C.V.

(16) Subsidiaria indirecta por medio del cual (GTV) opera el segmento de Contenidos.

(17) Subsidiaria directa por medio de la cual (GTV) opera sus negocios de Radio.

(18) Subsidiaria directa por medio de la cual se maneja la operación del negocio de Juegos y Sorteos

(19) Una subsidiaria directa propiedad en forma mayoritaria de CVQ. Al 31 de diciembre de 2014, Empresas Cablevisión, S.A.B. de C.V. era subsidiaria directa de Editora Factum, S.A. de C.V., la cual era subsidiaria directa de (GTV) y que se fusionó en CVQ en mayo de 2015."

GRUPO TELEVISIA tiene como giro principal el propio de una compañía controladora pura; sin embargo, sus empresas subsidiarias se dedican primordialmente a la industria del entretenimiento; particularmente, a la producción y transmisión de programas de TV, la programación para TV restringida, la distribución internacional de programas de TV a través de licencias de programación, la prestación de servicios de TV por cable, el desarrollo y operación de servicios de TV DTH, la publicación y distribución de revistas, la operación de un portal horizontal de Internet en español y otros negocios.¹⁹⁵

Asimismo, GRUPO TELEVISIA indica ser la empresa de medios de comunicación más grande en el mundo de habla hispana, con base en su capitalización de mercado y es uno de los principales participantes en la industria del entretenimiento a nivel mundial.¹⁹⁶ Dicha compañía opera cuatro estaciones de TV en el DF y completa su cobertura por medio de estaciones afiliadas a través del territorio nacional.¹⁹⁷

En este sentido, manifiesta ser propietaria y operadora de cuatro de las catorce estaciones de TV que en la actualidad operan en el DF, los canales 2, 4, 5 y 9, siendo también quien produce una parte importante de la programación de TV en español en el mundo, para su

¹⁹⁵ Folio 14546.

¹⁹⁶ Folio 14523.

¹⁹⁷ Folio 14558.

transmisión a través de sus cadenas y estaciones de TV, incluyendo la programación producida por sus estaciones locales, sus sistemas de TV por cable y sus sistemas de servicios DTH.¹⁹⁸

ii) TELEVISA

Es una S.A. de C.V. constituida conforme a la legislación mexicana mediante escritura pública número cuarenta y cuatro mil setenta y cuatro de catorce de diciembre de mil novecientos setenta y dos, otorgada ante la fe del notario público veintiséis del DF, inscrita en el REGISTRO PÚBLICO, bajo el folio mercantil número treinta y cuatro mil setecientos ochenta y tres.¹⁹⁹

El objeto social de TELEVISA incluye, entre otros, los siguientes:²⁰⁰

- la producción, distribución, representación, compra, venta, arrendamiento y el comercio en general de eventos y programas para radio, cine y TV;
- la producción, compra, venta, comisión, mediación y comercio en general, de publicidad y propaganda comercial de ideas, sistemas, instituciones, empresas, productos y bienes en general, utilizando preferentemente los medios masivos de publicidad, tales como la radio, el cine y la TV;
- prestar y recibir asesoría y servicios técnico, particularmente los relacionados con radio, cine, TV y publicidad comercial, y
- celebrar los contratos, realizar las operaciones y actos necesarios o convenientes a los objetos principales de la sociedad.

La estructura accionaria de TELEVISA es la siguiente:

Tabla 6. La estructura del capital social de TELEVISA.²⁰¹

Accionistas	Acciones		Valor total de las acciones	Porcentaje %
	Clase "I"	Clase "II"		
*	*	*	*	*
*	*	*	*	*
Total	*	*	*	*

GTV declara en su REPORTE ANUAL BMV 2015 que en el año mil novecientos setenta y dos, los socios fundadores de GTV crearon a TELEVISA para producir y comercializar publicidad para sus canales de TV, así como para operar otros negocios, y que constituyeron a GRUPO TELEVISA como la sociedad controladora de todas sus empresas,²⁰² además de indicar que TELEVISA es: "(...) subsidiaria directa por medio de la cual (GTV) opera el segmento de Contenidos".²⁰³

¹⁹⁸ Folio 14559.

¹⁹⁹ Folio 4079.

²⁰⁰ Folios 4097 y 4098.

²⁰¹ Folio 4153.

²⁰² Folio 14547.

²⁰³ *idem*.

Asimismo, GTV reconoce que realiza sus actividades a través de compañías subsidiarias, siendo TELEVISA una de éstas, de manera que no se advierte que esta última pudiera actuar en contra de los intereses de GTV.

- GTV y TELEVISA, coordinan sus actividades para alcanzar sus intereses comerciales y financieros. Lo anterior en tanto que, como se ha señalado, TELEVISA es la subsidiaria de GTV encargada de comercializar publicidad para sus canales de TV radiodifundida. Asimismo, GTV reconoce que realiza sus actividades a través de compañías subsidiarias y en su REPORTE ANUAL BMV 2015, indica que por medio de TELEVISA opera el segmento contenidos,²¹⁰ situación que en todo caso requiere que estas empresas se coordinen.

De la información contenida en las constancias del EXPEDIENTE se infiere que GTV y TELEVISA coordinan sus actividades para seguir los intereses del GIE. En el caso concreto, GTV, a través de TELEVISA, hace públicas las políticas comerciales para la venta de espacios publicitarios que ofrece en TV radiodifundida través de sus planes comerciales.²¹¹ Adicionalmente, dichos agentes económicos [REDACTED] y con ello se ejemplifica a mayor detalle la coordinación de las actividades de ambos agentes económicos.

- GTV coordina las actividades de TELEVISA y ejerce influencia o control en dicha subsidiaria, en tanto que la primera posee de manera indirecta el 100% (cien por ciento) del capital social de la segunda.²¹² Dicha situación le otorga a GTV control *de iure* sobre TELEVISA.

A mayor abundamiento, GTV es la persona jurídica que ejerce control sobre TELEVISA, lo que le permite instrumentar y coordinar su comportamiento. Además, de conformidad con los artículos 3, 28, fracciones I, II y III incisos a), c) y f), y 44, párrafo primero, de la Ley del Mercado de Valores, al ser una S.A.B., tiene la obligación de:

- a. establecer las estrategias para la conducción del negocio de TELEVISA;
- b. vigilar la gestión y conducción de TELEVISA;
- c. aprobar operaciones relevantes que realice TELEVISA, y
- d. ejercer las funciones de gestión, conducción y ejecución de los negocios de TELEVISA.

En otras palabras, GTV establece las políticas comerciales de venta de publicidad del GIE y, por otro lado, TELEVISA es la empresa encargada de seguir e implementar las políticas comerciales en el segmento de contenidos de GTV.

Por lo anterior, es posible concluir que tanto GTV como TELEVISA son parte de un mismo GIE.

²¹⁰ Folios 14592 y 14593.

²¹¹ Folios 7246 a 7709.

²¹² De manera directa o indirecta, a través de otras compañías subsidiarias o afiliadas.

2.2.2. GIE AZTECA

I) TV AZTECA

TV AZTECA fue constituida conforme a la legislación mexicana mediante escritura pública de dos de junio de mil novecientos noventa y tres, la cual fue inscrita en el REGISTRO PÚBLICO bajo el folio mercantil ciento sesenta y siete mil trescientos cuarenta y seis.²¹³

En su REPORTE ANUAL BMV 2015 declara ser una de las dos empresas productoras más importantes de programación en español en el mundo y la segunda televisora más grande de México.²¹⁴ Asimismo, es concesionaria y opera ciento setenta y nueve canales independientes en la República Mexicana, que para fines comerciales son las señales de Azteca 7 y Azteca 13.²¹⁵

Por otra parte, TV AZTECA manifiesta contar con siete subsidiarias principales, de las cuales seis son sociedades mexicanas, a saber: (i) Televisión Azteca, S.A. de C.V.; (ii) Azteca Novelas, S.A.P.I. de C.V.; (iii) Red Azteca Internacional, S.A. de C.V.; (iv) Comerciacom, S.A. de C.V.; (v) ESTUDIOS AZTECA, y (vi) Operadora Mexicana de Televisión, S.A. de C.V.,²¹⁶ de las cuales es a través de ESTUDIOS AZTECA que se realizan la mayoría de los pagos por publicidad en los canales de TV AZTECA.²¹⁷

Respecto a la información financiera, TV AZTECA señala que sus segmentos operativos son TV nacional, Azteca América, derechos de programación y otros segmentos, siendo los ingresos del segmento de TV nacional aquellos derivados de la venta de tiempo en pantalla a nivel nacional y local menos las comisiones sobre venta.²¹⁸

Asimismo, TV AZTECA declara que el 71% (setenta y uno por ciento) de sus ingresos netos derivan de la venta de publicidad nacional y local,²¹⁹ así como que sus once clientes más importantes le representaron el 22% (veintidós por ciento) de esos ingresos netos.²²⁰

Finalmente, en el REPORTE ANUAL BMV 2015, TV AZTECA declara que "(a)proximadamente el 64.7% del capital social de TV Azteca es propiedad directa o indirecta del señor Ricardo B. Salinas Pliego y su familia. Por consiguiente, el señor Salinas Pliego tiene la facultad de elegir a una mayoría de los miembros del Consejo de Administración de TV Azteca y determinar el resultado de las acciones que requieran la aprobación de los accionistas".²²¹

ii) ESTUDIOS AZTECA

Es una S.A. de C.V. constituida conforme a la legislación mexicana, mediante escritura noventa y seis mil ciento uno de tres de noviembre de dos mil tres, otorgada ante la fe del notario público ochenta y nueve del DF, inscrita en el REGISTRO PÚBLICO, en el folio mercantil número trescientos dieciséis mil noventa.²²²

²¹³ Folio 15092.

²¹⁴ Folio 15093.

²¹⁵ Folio 15096.

²¹⁶ Folio 15093.

²¹⁷ *Idem*.

²¹⁸ Folios 15142 y 15143.

²¹⁹ Folio 15153.

²²⁰ Folios 15122 y 15123.

²²¹ Página 11 del REPORTE ANUAL BMV 2015.

²²² Folios 5304 a 5329.

Su objeto social incluye, entre otros, los siguientes:²²³

- usar, aprovechar y explotar bandas de frecuencia del espectro radioeléctrico a ser concesionadas por la SCT, y/o instalar, operar y explotar RPTs a través de concesiones otorgadas por la SCT;
- la prestación de servicios relacionados con las telecomunicaciones, a través de todo tipo de aparatos eléctricos, electrónicos y mecánicos, y
- la producción, comercialización, adquisición, distribución, cesión, representación, compra, venta, diseño, importación exportación, uso, intercambio, aplicación o cualquier otra forma de contratación de todo tipo de eventos, espacios publicitarios, series y programas para radio, cine, TV, sistemas de TV por cable o restringida, RPTs, Internet y cualquier otro sistema de telecomunicaciones conocido o por conocerse, incluyendo derechos de transmisión de cualquiera de estos eventos, series o programas, en su propio nombre o en nombre y representación de terceros, en México y en el extranjero.

La estructura accionaria de ESTUDIOS AZTECA es la siguiente:

Tabla 7. Estructura del capital social de ESTUDIOS AZTECA.²²⁴

Accionistas	Partes sociales	Serie	Tipo de capital	Porcentaje %
*	*	*	*	*
*	*	*	*	*
*	*	*	*	*
*	*	*	*	*
*	*	*	*	*
*	*	*	*	*

Ahora bien, según información proporcionada por ESTUDIOS AZTECA, en atención al OFICIO ESTUDIOS AZTECA 011/2015, existe

* 225 *

*
*

(...)

*
*

añadido).

²²⁶ (énfasis)

²²³ Folios 5309 a 5311.
²²⁴ Folio 5331.
²²⁵ Folios 5351 a 5355.
²²⁶ Folio 5351.

En este sentido, ESTUDIOS AZTECA afirmó que,

[Redacted text block with asterisk]

[Redacted text block with asterisk and number 227]

De todo lo anterior, se puede concluir lo siguiente:

1. [Redacted text block with asterisk]

2. [Redacted text block with asterisk]

Por los elementos anteriores es posible concluir que TV AZTECA y ESTUDIOS AZTECA forman parte de un mismo GIE.

2.2.3. Otros agentes económicos

Tabla 8. Otros agentes económicos.

Agente económico	Objeto Social
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]

227 Folio 5247.
228 Folio 10059.
229 Folios 10049 a 10073.
230 Folio 9486.
231 Folio 9505.
232 Folio 9509.
233 Folios 15343 a 15407.
234 Folio 15353.
235 Folio 15345.

Agente económico	Objeto Social
*	* 238
*	* 239
*	* 240

Tercera. Hechos denunciados

A efecto de precisar la materia de la investigación tramitada en el EXPEDIENTE, a continuación se describen, de manera separada, diversos hechos referidos por COFRESA en la DENUNCIA y con relación a cada una de las DENUNCIADAS.

3.1. Hechos denunciados con relación a GTV

COFRESA manifestó en la DENUNCIA que los hechos que dieron lugar a las conductas supuestamente anticompetitivas por parte de GTV se llevaron a cabo a partir de agosto de dos mil trece. En este sentido, la DENUNCIANTE relató que "(...) contactó a Grupo Televisa (...) con el fin de solicitar la transmisión de los spots de (la CAMPAÑA) en el marco de las actividades para finales de 2013, que desde el mes de agosto ya se venían planteando con Grupo Televisa (...)".²⁴¹

Al respecto, la DENUNCIANTE presentó la impresión de un correo electrónico enviado supuestamente el veintiuno de agosto de dos mil trece por [redacted] desde la cuenta de correo: [redacted] mismo que fue dirigido a [redacted] cuyo contenido a la letra se transcribe:

[redacted]

²³⁶ Folio 9838.
²³⁷ Folios 9842 a 9845.
²³⁸ Folio 9842.
²³⁹ Folio 13211.
²⁴⁰ Folio 14080.
²⁴¹ Folio 21.
²⁴² Folios 20 y 21.

[REDACTED]

[REDACTED] (...)”²⁴³

De conformidad con lo anterior, la DENUNCIANTE refirió haber discutido los términos y condiciones del CPSP-GTV 2013 durante los meses de agosto y septiembre de dos mil trece con TELEvisa, el cual fue firmado por COFRESA y entregado a TELEvisa a finales de septiembre de dos mil trece. En ese sentido, COFRESA manifestó que “(...) [REDACTED] Cofresa entregó físicamente a Grupo Televisa: tres juegos originales del Contrato de Prestación de Servicios firmado (sic), así como el spot de Cofresa a retransmitir”.²⁴⁴ Asimismo, manifestó haber solicitado en ese acto “(i) que le devolviese un contrato con las respectivas firmas, (ii) que le diera el visto bueno de calidad del spot, para proceder al pago, y (iii) la carta factura correspondiente”.²⁴⁵

Por otro lado, COFRESA manifestó que el tres de octubre de dos mil trece, GRUPO TELEvisa le envió una versión original del CPSP-GTV 2013 con las firmas de los representantes legales de ambas partes y la información relacionada con el depósito bancario correspondiente al pago del CPSP-GTV 2013.²⁴⁶

Con relación al pago del CPSP-GTV 2013, COFRESA señaló que “(...) aun cuando el contrato establecía que Cofresa debía pagar la contraprestación por los servicios el 30 de septiembre de 2013, Grupo Televisa entregó el contrato a (COFRESA) hasta el 3 de octubre (no obstante), a la fecha en la que supuestamente debía pagar Cofresa, éste no había recibido la aprobación de la calidad del spot necesaria para proceder a realizar el pago”.²⁴⁷

Lo anterior toda vez que, según lo señalado por COFRESA, la aprobación de calidad del anuncio publicitario entregado a GRUPO TELEvisa era necesaria²⁴⁸ para tener la certeza de la transmisión del mismo en TV radiodifundida, de tal forma que “(...) por estos motivos, Cofresa solicitó insistentemente a Grupo Televisa que emitiera la aprobación necesaria para la transmisión del spot y le informará (sic) los datos necesarios para proceder al pago (...)”.²⁴⁹

En este sentido, se advierte que a partir del veintisiete de septiembre de dos mil trece y hasta el primero de octubre del mismo año, COFRESA envió diversos correos electrónicos a GTV, cuyas impresiones adjuntó a la DENUNCIA, mediante los cuales solicitó a GRUPO TELEvisa se informara sobre la calidad de su anuncio y la información para realizar el pago, mismos que a continuación se transcriben:²⁵⁰

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

²⁴³ Folio 1076.

²⁴⁴ Folio 21.

²⁴⁵ *Idem*.

²⁴⁶ *Idem*.

²⁴⁷ *Idem*.

²⁴⁸ De conformidad con lo referido por la DENUNCIANTE, “(r)esulta una práctica de las empresas que transmiten publicidad por televisión dar una aprobación técnica respecto del spot a transmitir. Esto implica revisar si el material cumple con los requisitos de formato y calidad necesarios, y en caso de que no sean cubiertos conlleva a que la televisora niegue su transmisión hasta que se cumplan los requisitos técnicos necesarios.” Folio 21.

²⁴⁹ Folios 21 y 22.

²⁵⁰ Folio 22.

[REDACTED] *

[REDACTED] *

[REDACTED] *

(...)

[REDACTED]

[REDACTED] *²⁵¹ (Énfasis añadido)

COFRESA manifestó que GTV respondió a estas comunicaciones vía telefónica, en el siguiente sentido:

"(...) [REDACTED] *
[REDACTED] *
[REDACTED] * (énfasis añadido).²⁵²

Por otro lado, COFRESA indicó que GTV invocó de manera "(...) *arbitraria y discriminatoria disposiciones contractuales para intentar justificar su actuar y negarle el servicio (...)*",²⁵³ toda vez que, según COFRESA, en el anuncio publicitario sólo se menciona la frase "mira 2, 13",²⁵⁴ por lo que únicamente se hace referencia a números, los cuales no son susceptibles de protección o registro alguno en materia de propiedad intelectual.

Al efecto, los días diez y el quince de enero de dos mil catorce, COFRESA se comunicó mediante fedatario público con GRUPO TELEvisa,²⁵⁵ haciendo entrega de un comunicado mediante el cual le señaló que debía pautar el spot de la CAMPAÑA en sus señales de TV radiodifundida, como se había acordado de manera previa mediante la firma del CPSP-GTV 2013, y mediante el cual COFRESA señaló a GRUPO TELEvisa que "con fecha de hoy le extendemos un término de 3 días para dar cumplimiento al (CPSP-GTV 2013) en los términos ya pactados o, en su caso, nos informe por escrito las razones por las que Televisa no estuviera de acuerdo en transmitirlo. De no ser así, Cofresa considerará que Televisa se niega rotundamente a prestar el servicio pactado en el mencionado CPSP".²⁵⁶

GRUPO TELEvisa contestó a las referidas comunicaciones mediante la CARTA-TELEvisa 2014, misma que COFRESA presentó como parte de su DENUNCIA y en la cual se observa lo siguiente:

"Como bien lo sabe, el contrato tuvo una vigencia determinada en los términos antes referidos y
[REDACTED] *
[REDACTED] *²⁵⁷ (énfasis añadido).

De esta manera, COFRESA señaló en la DENUNCIA que GRUPO TELEvisa justificó su negativa a prestar el servicio de publicidad en TV radiodifundida por la falta de pago por parte de COFRESA, "(...) cuando en realidad el no pago por parte de Cofresa se debió a la negativa por parte de Grupo Televisa de aprobar la calidad del spot (...) lo cual (...) era una circunstancia necesaria para que (COFRESA) hiciera el pago (...)".²⁵⁸ Asimismo, COFRESA señaló en la DENUNCIA que GRUPO

²⁵¹ Folios 1092 a 1094.

²⁵² Folio 22 y 4281.

²⁵³ Folio 22.

²⁵⁴ COFRESA presentó como parte de la DENUNCIA un disco compacto con el spot de la CAMPAÑA.

²⁵⁵ Lo cual se hizo constar en las FE DE HECHOS ENERO-TELEvisa.

²⁵⁶ Folios 2393 y 2401.

²⁵⁷ Folio 2404 y 2405.

²⁵⁸ *Idem*.

TELEVISA no le propuso alternativa alguna a efecto de prestar el servicio de publicidad en TV radiodifundida.

Ahora bien, la DENUNCIANTE refirió diversos hechos como antecedente a la conducta denunciada respecto de GRUPO TELEVISA. En este sentido, COFRESA señaló que "*Grupo Televisa y Cofresa firmaron un (CPSP-GTV 2012)*", mismo que acompañó como anexo en copia simple a la DENUNCIA.²⁵⁹

Posteriormente, como parte del DESAHOGO-PREVENCIÓN, COFRESA señaló que en dos mil doce, en el marco de la negociación del CPSP-GTV-2012, GRUPO TELEVISA le informó que "*ya habían revisado los 4 spots enviados previamente por Cofresa. Al respecto, dicha manifestación sucede en el marco de la revisión que GTV realizaba sobre la calidad de los spots (...)*".²⁶⁰ Asimismo, COFRESA presentó la siguiente tabla,²⁶¹ relacionada con las fechas de aprobación, pago, inicio de transmisión y conclusión de transmisión de los anuncios publicitarios transmitidos en el marco del CPSP-GTV 2012.

Tabla 9. Fechas anuncios publicitarios CPSP-GTV 2012.

Fecha de aprobación	Fecha de pago	Fecha de inicio de transmisión	Fecha de conclusión de transmisión
*	*	*	*

Por otro lado, COFRESA manifestó en el DESAHOGO-PREVENCIÓN que, además del CPSP-GTV 2012, también firmó el CPSP-GTV 2010, señalando lo siguiente: "*Al respecto, conviene referir que al celebrar este contrato, Cofresa mantenía una relación de cordialidad y buena fe con GTV, por tanto, no había un orden específico en pagos, fechas de aprobaciones y transmisiones*".²⁶²

Con ello, COFRESA pretendió demostrar que fue cliente de GRUPO TELEVISA con anterioridad, en dos mil diez y dos mil doce, y que con el paso del tiempo la relación entre ellos se fue modificando debido a ciertos factores, entre los cuales destaca que en dos mil diez existió una relación contractual cordial entre ellos; en dos mil once GRUPO TELEVISA supuestamente le negó el trato en la venta de espacios de publicidad en TV radiodifundida, y en dos mil doce tuvieron una relación contractual forzada debido a que GRUPO TELEVISA estaba obligado a darle acceso a espacios de publicidad en TV radiodifundida, en virtud de las condiciones impuestas por el Pleno de la CFC en la resolución que recayó al EXPEDIENTE CONDICIONES.

3.2. Hechos denunciados con relación a TV AZTECA

COFRESA manifestó en la DENUNCIA que las conductas que dieron lugar a supuestas prácticas anticompetitivas por parte de TV AZTECA se llevaron a cabo a partir de agosto de dos mil trece.

En este sentido, la DENUNCIANTE indicó que en el mes de agosto de dos mil trece su personal contactó a personal de TV AZTECA con el fin de solicitar servicios de publicidad en sus señales de TV radiodifundida.²⁶³ En este sentido, "(...) a petición de ([REDACTED] *), ([REDACTED] *) envió

²⁵⁹ Folio 20.

²⁶⁰ Folio 2558.

²⁶¹ Folio 2561.

²⁶² Folio 2562.

²⁶³ Folio 24.

a (COFRESA) una propuesta de actividades publicitarias para la actividad de lo que restaba del 2013. Inmediatamente después, representantes de Cofresa y Grupo Salinas iniciaron negociaciones a través de llamadas telefónicas y correos para discutir los términos del contrato respectivo (...).²⁶⁴

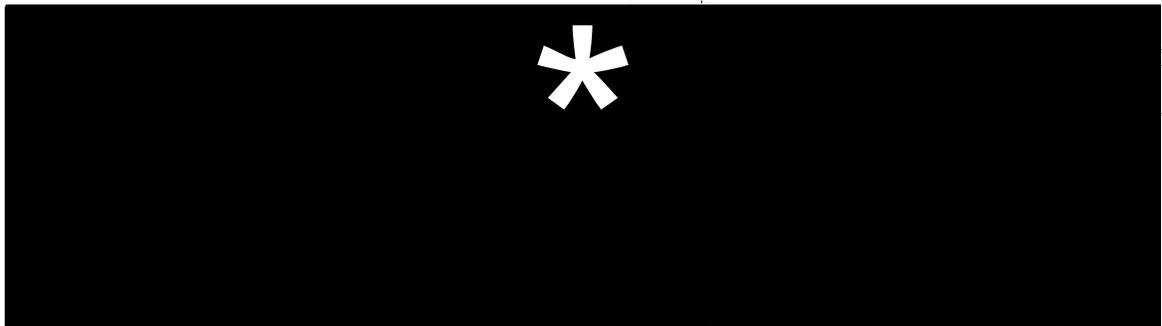
De acuerdo con COFRESA, después de un proceso de negociación con TV AZTECA, el veintitrés de septiembre de dos mil trece acordaron los términos para la provisión de los servicios publicitarios en TV radiodifundida, por lo que TV AZTECA envió a COFRESA en esa misma fecha el CPSP-AZTECA 2013 impreso,²⁶⁵ a efecto de que le fuera devuelto con las firmas del representante legal y Director General de Ventas de COFRESA. Posteriormente, COFRESA devolvió el contrato signado, así como el material que contenía el anuncio publicitario correspondiente.²⁶⁶

Asimismo, de conformidad con lo referido por la DENUNCIANTE, en esa misma fecha TV AZTECA "(...) comunicó vía telefónica a Cofresa (...) que no había ningún problema con el material (refiriéndose a la calidad del mismo), y en cuanto se depositara el pago respectivo se comenzarían las transmisiones".²⁶⁷

No obstante, según el dicho de COFRESA, el veinticuatro de septiembre de dos mil trece, [REDACTED] se comunicó vía telefónica con personal de la DENUNCIANTE "(...) para indicarle que había un error en el contrato y que éste sería enmendado. Adicionalmente, (...) informó que Cofresa necesitaría modificar la parte de la comunicación vertida en el spot respectivo, relativa a la publicidad sobre televisión abierta".²⁶⁸

Debido a lo anterior, ese mismo día [REDACTED] se comunicó con [REDACTED] "(...) para revisar sus comentarios respecto del contenido del spot, y ella respondió que se debía eliminar la parte del spot que hacía referencia a que Dish ya transmitía canales de televisión abierta (...)".²⁶⁹

De acuerdo a lo manifestado por COFRESA, el veinticinco de septiembre de dos mil trece, TV AZTECA modificó unilateralmente los términos del CPSP-AZTECA 2013, del cual la DENUNCIANTE anexó una copia a la DENUNCIA.²⁷⁰ La modificación referida consistió en la adición de un párrafo a la cláusula trece del CPSP-AZTECA 2013, el cual establecía lo siguiente:



²⁶⁴ Folios 24 y 25.
²⁶⁵ Folios 1161 a 1166.
²⁶⁶ Folios 24 y 25.
²⁶⁷ Folios 25 y 1142.
²⁶⁸ Folio 26.
²⁶⁹ Ídem.
²⁷⁰ Folios 1168 a 1171.
²⁷¹ Folios 26 y 1170.

COFRESA mencionó en la DENUNCIA que después de conocer la modificación a la cláusula trece del CPSP-AZTECA 2013, se comunicó con TV AZTECA a efecto de negociar el contenido de la misma " [REDACTED] * [REDACTED] * [REDACTED] "

cuales los representantes de (TV AZTECA) mostraron una actitud inamovible (...)".²⁷²

Según la DENUNCIANTE, lo anterior confirmaba "categoricamente" que TV AZTECA no firmaría el CPSP-AZTECA 2013 sin la modificación a la cláusula trece, toda vez que "(...) para ellos resultaba evidente que, actualmente, Cofresa ya estaba infringiendo ciertas normas de propiedad intelectual (...)"²⁷³ Por lo tanto, de las apreciaciones de la DENUNCIANTE, TV AZTECA se justificó a través de esa manifestación a efecto de negarle el servicio de publicidad en TV radiodifundida.²⁷⁴

COFRESA manifestó que no aceptó el contenido de la modificación a la cláusula trece del CPSP-AZTECA 2013, por lo que posteriormente contactó por escrito a TV AZTECA en fechas catorce y quince de enero de dos mil catorce,²⁷⁵ solicitando a TV AZTECA que "(...) respetara el contrato de prestación de servicios ya acordado por ambas partes. En ese sentido, Cofresa manifestó a (TV AZTECA) que de no iniciar con la transmisión del spot 'Los que saben tienen Dish' o, en su caso, respondiera de forma escrita con las razones por las no (sic) quiere realizar la transmisión en un término de 3 días, se entendería que (TV AZTECA) está negando la prestación del servicio (...)", a lo cual según la DENUNCIANTE, TV AZTECA no contestó.

Por lo anterior, de conformidad con lo señalado por COFRESA, la omisión por parte de TV AZTECA a contestar sus escritos de fechas catorce y quince de enero de dos mil catorce, aunada a la modificación unilateral del último párrafo de la cláusula trece del CPSP-AZTECA 2013, una vez que ya había sido negociado y acordado de conformidad por las partes, configura una negativa a prestarle el servicio de publicidad en TV radiodifundida.²⁷⁶

Ahora bien, la DENUNCIANTE presentó diversos hechos como antecedente a la conducta denunciada por parte de TV AZTECA. Al respecto indicó que: "(e)n noviembre de 2012, Cofresa y (TV AZTECA) celebraron un contrato para la prestación de servicios publicitarios con vigencia hasta el 31 de diciembre de 2012".²⁷⁷ Asimismo indicó que, "(d)urante diciembre de 2012 (...) sostuvieron pláticas con la intención de realizar un convenio modificatorio (adendum) al contrato descrito (...) con el fin de incrementar el monto de inversión (...) sin embargo nunca se concretó la modificación en comento y Cofresa, por así convenir a sus intereses, decidió abstenerse de solicitar servicios publicitarios a (TV AZTECA) durante el periodo comprendido de enero de 2013 y hasta agosto de ese mismo año (...)"²⁷⁸

Posteriormente, como parte del DESAHOGO-PREVENCIÓN, COFRESA señaló que en dos mil doce [REDACTED] * [REDACTED] * [REDACTED] ,²⁷⁹ con la finalidad de que llevara a cabo las negociaciones del CPSP-AZTECA 2012 a nombre de COFRESA. En este sentido, a

²⁷² Folios 26 y 27.

²⁷³ Folio 27.

²⁷⁴ Ídem.

²⁷⁵ Hecho que hizo constar en las actas números mil doscientos cincuenta y dos (1,252) y mil doscientos cincuenta y tres (1,253) consistentes en fe de hechos instrumentadas por el corredor público número ocho del DF.

²⁷⁶ Folio 27.

²⁷⁷ Folio 24.

²⁷⁸ Ídem.

²⁷⁹ Folio 2559.

juicio de COFRESA, la cláusula once del CPSP-AZTECA 2012 establecía "la aprobación del material publicitario previo a su transmisión".²⁸⁰

La cláusula de referencia establece lo siguiente:

*

*

* (...) "²⁸¹

Asimismo, respecto al CPSP-AZTECA 2012, COFRESA presentó la siguiente tabla²⁸² relacionada con las fechas de aprobación, pago, inicio de transmisión y conclusión de transmisión de los anuncios publicitarios transmitidos en el marco del CPSP-AZTECA 2012.

Tabla 10. Fechas anuncios publicitarios CPSP-AZTECA 2012.

Fecha de aprobación	Fecha de pago	Fecha de inicio de transmisión	Fecha de conclusión de transmisión
*	*	*	*

Por otro lado, COFRESA manifestó en el DESAHOGO-PREVENCIÓN que además del CPSP-AZTECA 2012:

"(...) celebró cuatro contratos anteriores con Grupo Salinas que involucraban servicios publicitarios, de fechas: 13 de Octubre de 2010 y su modificación de fecha 9 de diciembre de 2010, 6 de Octubre de 2009, 1º de Octubre de 2009, 3 de Junio de 2008 (...)

"(...) en la vigencia de dichos contratos, Cofresa mantenía una relación de cordialidad y buena fe con Grupo Salinas, por tanto, no había un orden específico en pagos, fechas de aprobaciones y transmisiones".²⁸³

Con ello, COFRESA pretendió demostrar que fue cliente de TV AZTECA con anterioridad y que existió una relación contractual cordial de dos mil ocho a dos mil diez, así como en dos mil doce, y que con el paso del tiempo la relación entre ellos se fue modificando debido a ciertos factores, entre los cuales destaca que en dos mil once TV AZTECA supuestamente le negó el trato en la venta de espacios de publicidad en TV radiodifundida, y en dos mil doce tuvieron una relación contractual forzada debido a que TV AZTECA estaba obligado a darle acceso a espacios de publicidad en TV radiodifundida, en virtud de las condiciones impuestas por el Pleno de la CFC en la resolución que recayó al EXPEDIENTE CONDICIONES.

²⁸⁰ *Idem.* Posteriormente, COFRESA refiere que "sobre Grupo Salinas, la naturaleza de las actividades publicitarias establecidas en los contratos no siempre requerían como tal de una aprobación de calidad por parte de Grupo Salinas". Folio 2565.

²⁸¹ Folios 1122 y 1123.

²⁸² Folio 2561.

²⁸³ Folio 2563.

3.3. Configuración de las conductas previstas en las fracciones V, VI, X, y XI del artículo 10 de la LFCE²⁸⁴

a) Fracción V del artículo 10 de la LFCE: negativa de trato

COFRESA señaló que tanto GTV como TV AZTECA negaron de manera unilateral, arbitraria e injustificada a transmitir la CAMPAÑA en los canales de TV radiodifundida de los que cada uno de dichos agentes es concesionario, en contravención a lo establecido en el artículo 10, fracción V de la LFCE.

En este sentido, COFRESA manifestó que el supuesto previsto en la fracción V del artículo 10 de la LFCE se configuró con las conductas de las DENUNCIADAS, toda vez que:

"(...) las Denunciadas están negando a (COFRESA) el servicio de publicidad por televisión abierta.

Las acciones de las Denunciadas fueron realizadas de forma arbitraria y unilateral por cada grupo denunciado sin importar la respuesta u opinión de (COFRESA). Al respecto conviene referir que no obstante la negativa fue realizada de forma unilateral por cada grupo lo cierto es que su actuar se realizó de forma paralela.

*El servicio de publicidad en televisión abierta normalmente es ofrecido a terceros, tan es así que las Denunciadas (i) actualmente transmiten publicidad de terceros en sus canales, situación que resulta ser un hecho notorio que puede ser constatado por ese Instituto, (ii) iniciaron las negociaciones con (COFRESA) sin manifestar la falta de disponibilidad del servicio (iii) de manera previa a la Reforma Constitucional proveían el servicio hoy denegado a (COFRESA)"*²⁸⁵

Asimismo, COFRESA consideró que "(d)icha negativa carece de justificación objetiva más allá del



que ofrece. (...) "²⁸⁶

b) Fracción VI del artículo 10 de la LFCE: boicot

COFRESA manifestó en la DENUNCIA que las acciones de TELEvisa y ESTUDIOS AZTECA con relación a la contratación de espacios publicitarios en TV radiodifundida, configuran un supuesto boicot, al haberse coordinado ambos agentes denunciados a efecto de negar a COFRESA el servicio de publicidad en TV radiodifundida,²⁸⁷ en contravención a lo establecido en el artículo 10, fracción VI de la LFCE.

²⁸⁴ "Artículo 10. Sujeto a que se comprueben los supuestos a que se refieren los artículos 11, 12 y 13 de esta Ley, se considerarán prácticas monopólicas relativas los actos, contratos, convenios, procedimientos o combinaciones cuyo objeto o efecto sea o pueda ser desplazar indebidamente a otros agentes del mercado; impedirles sustancialmente su acceso o establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas, en los siguientes casos: (...) — V. La acción unilateral consistente en rehusarse a vender, comercializar o proporcionar a personas determinadas bienes o servicios disponibles y normalmente ofrecidos a terceros; — VI. La concertación entre varios agentes económicos o la invitación a éstos, para ejercer presión contra algún agente económico o para rehusarse a vender, comercializar o adquirir bienes o servicios a dicho agente económico, con el propósito de disuadirlo de una determinada conducta, aplicar represalias u obligarlo a actuar en un sentido determinado; (...) — X. El establecimiento de distintos precios o condiciones de venta o compra para diferentes compradores o vendedores situados en igualdad de condiciones, y — XI. La acción de uno o varios agentes económicos cuyo objeto o efecto, directo o indirecto, sea incrementar los costos u obstaculizar el proceso productivo o reducir la demanda que enfrentan sus competidores".

²⁸⁵ Folio 47.

²⁸⁶ Folio 48.

²⁸⁷ Folios 51 y 52.

En este sentido, COFRESA señaló que la práctica de boicot realizada entre agentes económicos pertenecientes al GIE TELEvisa y al GIE AZTECA se acredita con los siguientes elementos:

- *"(...) Grupo Televisa y Grupo Salinas coinciden en varios mercados relacionados, uno de ellos siendo el mercado de publicidad en televisión abierta. Lo anterior ha permitido que Grupo Televisa y Grupo Salinas ejerzan acciones coordinadas en el mercado mencionado, (...) las actividades de los grupos denunciados fueron realizadas (sic) de forma unilateral en la respectiva relación que cada uno tiene con (COFRESA), pero bajo un origen de coordinación entre dichos grupos.*
- *(...) Grupo Televisa y Grupo Salinas se negaron de forma coordinada a proporcionar espacios publicitarios a (COFRESA).*
- *(...) Grupo Televisa y Grupo Salinas están presionando a (COFRESA) para evitar que haga del conocimiento público que ahora ya transmite televisión abierta, ello con el objeto y efecto de evitar que Cofresa aumente su participación en el mercado de televisión restringida".²⁸⁸*

En este sentido, COFRESA manifestó que las acciones de TELEvisa y de ESTUDIOS AZTECA tuvieron el objeto de evitar que aumentara su participación en el mercado de TV restringida, toda vez que con la publicidad del spot de su CAMPAÑA pretendía hacer del conocimiento público que en su servicio se transmiten señales de TV radiodifundida, incluyendo aquellas de las DENUNCIADAS, por lo que, según su dicho, con ello se actualiza la fracción VI del artículo 10 de la LFCE.

Asimismo, respecto al supuesto paralelismo entre las prácticas del GIE TELEvisa y el GIE AZTECA, COFRESA manifiesta que ésta tiene relación con la supuesta concentración prohibida llevada a cabo entre dichos agentes económicos,²⁸⁹ y manifiesta que *"existen elementos que acreditan la existencia de acciones coordinadas entre Grupo Televisa y Grupo Salinas, por lo menos, en lo que hace a la venta de espacios publicitarios en televisión abierta. Situación que no resulta extraña, pues Grupo Televisa y Grupo Salinas, negaron la venta de espacios publicitarios a (COFRESA), de forma coordinada incluso antes de que se notificara la concentración Grupo Televisa- Iusacell".²⁹⁰*

c) Fracción X del artículo 10 de la LFCE: discriminación de trato

COFRESA señaló que tanto GTV como TV AZTECA le brindaron un trato discriminatorio el cual considera que se debe a que COFRESA compite con dichos agentes económicos en el mercado de TV restringida, y que se encuentra en contravención de lo dispuesto en el artículo 10, fracción X de la LFCE.

En este sentido, COFRESA manifestó en la DENUNCIA que GRUPO TELEvisa y TV AZTECA *"(...) negaron la transmisión de publicidad en televisión abierta por parte de (COFRESA), argumentando en ambos casos violaciones a derechos de propiedad intelectual".²⁹¹*

Al respecto, COFRESA señaló que *"(...) otros proveedores de servicios de televisión restringida sí pueden anunciar en canales de televisión abierta comerciales incluso similares al que Cofresa*

²⁸⁸ Folio 52.

²⁸⁹ El alegato respecto de la existencia de una concentración prohibida entre GRUPO TELEvisa y Grupo Salinas formó parte de la DENUNCIA; sin embargo, en el ACUERDO DE INICIO se acordó no dar trámite a dicha pretensión en los términos referidos en el apartado "I. Antecedentes" de la presente resolución. Véase asimismo la consideración de Derecho "Sexta. Incumplimiento de condiciones del EXPEDIENTE CONDICIONES" de la presente resolución.

²⁹⁰ Folios 41 y 42.

²⁹¹ Folio 53.

intentó anunciar. Efectivamente *Ve TV* tienen (sic) un anuncio publicitario que señala que ellos sí pasan los canales de Televisa y TV Azteca. Asimismo, (...) Megacable, Cablemás, Cablevisión y Cablevisión Monterrey, en la página de YOO hacían manifiesto que la competencia no tenía canales de Grupo Televisa".²⁹² Con ello, COFRESA considera que se demuestra que GRUPO TELEvisa y TV AZTECA le impusieron diferentes condiciones de venta con relación a aquellas que otorgan a otros agentes económicos.

Asimismo, COFRESA manifestó que "la única circunstancia que difiere respecto a (COFRESA) del resto de los agentes económicos, es que (COFRESA) compite con Grupo Televisa y Grupo Salinas en el mercado de televisión restringida sin que tenga algún vínculo que los haga agentes relacionados. Así, en el caso de *Ve TV*, Cablemás Cablevisión y Cablevisión Monterrey, éstas resultan ser empresas que pertenecen al (GIE TELEvisa). En el caso de Megacable, aunque no exista una relación de propiedad lo cierto es que dicha empresa participa con las cableras del (GIE TELEvisa) en la alianza YOO, lo que alinea los incentivos de ambas partes. Y por lo que hace a Total Play, esta empresa pertenece al (GIE AZTECA)".²⁹³

En conclusión, según COFRESA las acciones de GRUPO TELEvisa y de TV AZTECA la ponen en desventaja frente a los proveedores del servicio de TV restringida que son sus competidores, puesto que "(...) una relación de propiedad no puede ser utilizada como razón para favorecer el trato o las condiciones de un servicio (...) efectivamente Grupo Televisa y Grupo Salinas tienen incentivos para favorecer a los proveedores de televisión restringida que tienen integrados".²⁹⁴

d) Fracción XI del artículo 10 de la LFCE: obstaculización en el proceso productivo

COFRESA señaló que las conductas tanto de GTV como de TV AZTECA obstaculizaron su proceso productivo en contravención de lo dispuesto en el artículo 10, fracción XI de la LFCE. En este sentido, COFRESA manifestó que:

*"Grupo Televisa y Grupo Salinas al ejecutar acciones que eviten que (COFRESA) se publicite en televisión abierta, consiguen obstaculizar el proceso productivo de (COFRESA) y disminuir la demanda que ésta podría enfrentar. Lo anterior en virtud de que el no permitir que todas las personas que ven televisión abierta puedan conocer de los servicios que ofrece Cofresa, los individuos perciben una menor cantidad de opciones competitivas en televisión restringida y por ende acuden a los proveedores sobre los que tienen conocimiento. Asimismo, de forma innecesaria (COFRESA) se ve forzada a realizar inversiones en publicidad en otros medios que de ninguna forma alcanzan el efecto que logra la televisión abierta".*²⁹⁵

Finalmente, COFRESA relaciona la supuesta actualización de las conductas descritas en las fracciones V, VI y X del artículo 10 de la LFCE, con la obstaculización del proceso productivo referida en el presente apartado.

3.4. Objeto de las conductas: desplazamiento de COFRESA del mercado de TV restringida

COFRESA manifestó que las acciones de GRUPO TELEvisa y TV AZTECA tuvieron el objeto de: i) desplazarla indebidamente del mercado de TV restringida; ii) impedirle el acceso o el crecimiento en zonas en que su presencia en TV restringida es menor, y iii) establecer ventajas exclusivas a favor de las empresas de TV restringida que tienen integradas verticalmente.

Así, COFRESA manifestó que dicho objeto se logra en el siguiente sentido:

²⁹² Idem.

²⁹³ Folios 53 y 54.

²⁹⁴ Folio 54.

²⁹⁵ Folios 54 y 55.

"Al participar Grupo Televisa y Grupo Salinas en el mercado de (TV restringida...) tienen incentivos para ejercer acciones en contra de agentes que participen en el mismo mercado (...).

Las acciones ejercidas por las Denunciadas tienen el objeto y efecto de desplazar indebidamente a (COFRESA) del mercado de (TV restringida), pues al evitar que (COFRESA) publicite a través del medio más exitoso de publicidad un aspecto que hará más atractivos sus servicios, intentan crear la falsa percepción a los consumidores de que (COFRESA) no transmite los canales de televisión más populares, situación que puede redundar en una falta de interés por parte del consumidor de acercarse a la oferta de Cofresa.

Las acciones ejercidas por las Denunciadas tienen el objeto y efecto de impedir sustancialmente el acceso o evitar el crecimiento de (COFRESA) en localidades donde no tiene presencia (o es mínima), pues al ser la televisión abierta el medio más exitoso de publicidad, se evita que los servicios de (COFRESA) puedan ser conocidos en lugares donde la televisión abierta es el medio de comunicación más común.

El evitar que (COFRESA) publicite la (CAMPAÑA) genera de facto ventajas indebidas en favor de las empresas de (TV restringida) integradas o relacionadas a estos grupos, pues éstas sí están anunciando a través de televisión abierta que ofrecen los canales más populares en México (televisión abierta), por lo que se está creando una falsa percepción en los consumidores, de que sólo las empresas integradas a Grupo Televisa y Grupo Salinas ofrecen tales canales, situación que genera mayor interés por los consumidores hacia las empresas relacionadas con las Denunciadas."²⁹⁶

COFRESA manifiesta que las DENUNCIADAS pueden lograr dichos objetos dado el poder sustancial conjunto que detentan en el mercado de TV radiodifundida, por lo que tienen los incentivos para impedir el crecimiento de la DENUNCIANTE en un mercado relacionado en el que también participan. Asimismo, COFRESA manifestó que:

"(E)l actuar de las Denunciadas no podría encontrar sentido en un contexto diferente al de afectar a (COFRESA). Pues bajo una estrategia comercial resultaría incoherente que ambos grupos estén buscando justificaciones evidentemente insostenibles para negar el servicio de publicidad a (COFRESA), ya que, considerando que la transmisión de televisión abierta encuentra su financiamiento en la publicidad, estas acciones les causarían un perjuicio. (...) Ni siquiera encontraría racionalidad del actuar de Grupo Televisa y Grupo Salinas en el contexto de una defensa a sus derechos de propiedad intelectual, pues como fue descrito (i) tales derechos no están siendo violados, y (ii) el uso de las marcas de tales grupos sí están disponibles para terceros".²⁹⁷

Por último, COFRESA presume la coordinación de GTV y de TV AZTECA al negarle la transmisión de su anuncio publicitario en sus respectivos canales de TV radiodifundida.²⁹⁸

Cuarta. Análisis del MERCADO INVESTIGADO

COFRESA denunció a GTV y TV AZTECA por rehusarse a transmitir un anuncio publicitario a través de las señales de TV radiodifundida concesionadas a dichos agentes económicos. De conformidad con lo señalado en la DENUNCIA, las acciones de GTV y TV AZTECA generan un daño en el proceso de competencia y libre concurrencia, pues al ser la TV radiodifundida el medio más exitoso para publicitar bienes y servicios, la prohibición de transmitir el anuncio publicitario de COFRESA dificulta la comercialización de su servicio de TV restringida, en detrimento de los consumidores.²⁹⁹

²⁹⁶ Folios 55 y 56.

²⁹⁷ Ídem.

²⁹⁸ Folio 33.

²⁹⁹ Folio 47.

Asimismo, la DENUNCIANTE señaló que las DENUNCIADAS y, en particular GTV, tienen incentivos para llevar a cabo las conductas, pues en particular este agente económico tiene una importante participación en el mercado de la provisión del servicio de TV restringida,³⁰⁰ por lo que desplazar a sus competidores en la provisión de dicho servicio resultaría reductible.³⁰¹

En virtud de los elementos señalados en la DENUNCIA, así como en el ACUERDO DE INICIO, la investigación se realizó en el mercado de la venta de publicidad en TV radiodifundida en el territorio nacional. A continuación se presenta una descripción de dicho mercado y se señalan sus características más importantes.

a. Objetivo de la publicidad y los principales medios disponibles en México

La publicidad es una comunicación cuyo objetivo es dar a conocer una marca, producto o servicio, así como sus características. Asimismo, ayuda a que los consumidores deliberen sobre sus decisiones de compra de manera eficiente e informada. En este sentido, se tiene que la publicidad es una forma de comunicación de carácter comercial que tiene el objetivo de difundir o informar a un público sobre un bien o servicio a través de medios de comunicación para motivar a las personas a realizar una acción de consumo.

Por lo tanto, a través de la publicidad, las empresas buscan comunicar la conveniencia de adquirir los bienes o servicios que ofrecen.³⁰²

De los elementos que obran en el EXPEDIENTE se observa que existe una gran diversidad de medios a través de los cuales los agentes económicos que prestan servicios de telecomunicaciones publicitan sus servicios, como son:³⁰³

1. TV radiodifundida;
2. TV restringida;
3. radio;
4. medios impresos: revistas, periódicos, entre otros;
5. publicidad exterior: espectaculares, volantes, entre otros, e
6. Internet.

Para elaborar su campaña publicitaria, las empresas deben plantearse cuáles son los medios de comunicación más adecuados para transmitir su mensaje, el número de individuos a los que se quiere llegar, la exposición que se desea tener y el tiempo para alcanzar a los clientes objetivos.

A. Efectividad de los distintos medios de comunicación

Los consumidores se acercan a los diversos medios de comunicación con fines de entretenimiento, así como para informarse sobre cuestiones de salud, política y otros aspectos.³⁰⁴ Estos medios pueden ser utilizados por los anunciantes para comunicar e

³⁰⁰ De conformidad con lo señalado por COFRESA y las constancias que obran en el EXPEDIENTE, entre las empresas que proveen el servicio de TV restringida que están relacionadas con GTV se encuentran: * [REDACTED] * y [REDACTED] Folio 13.

³⁰¹ Folios 47 y 48.

³⁰² Folio 3639.

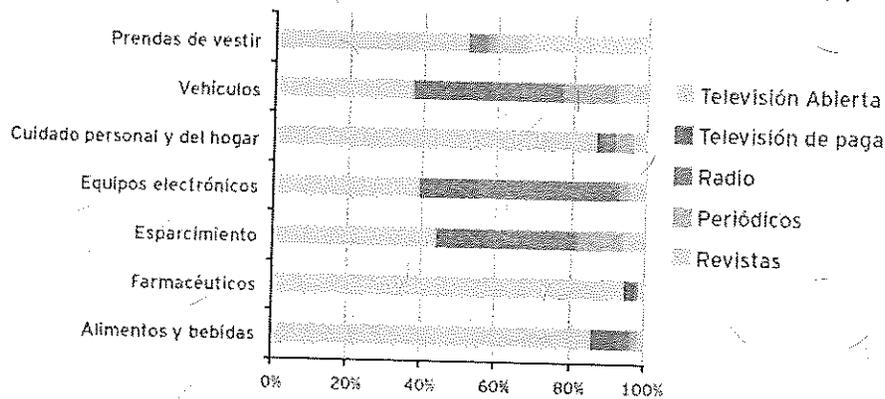
³⁰³ Folios 7932 (COFRESA); 9198 ([REDACTED]); 10105 ([REDACTED]); 10533 ([REDACTED]); 13636 ([REDACTED]) y 14149 ([REDACTED]). Respuesta a requerimientos de información de [REDACTED] COFRESA, * y [REDACTED]

³⁰⁴ Folio 3665.

informar a los consumidores sobre las características de sus productos o servicios con la finalidad de incrementar las ventas de sus productos o servicios.

Para un determinado bien o servicio, algunos medios de comunicación pueden ser más efectivos que otros para llegar al público objetivo y para generar la intención de consumo que se busca con la publicidad. Por lo anterior, es posible identificar que la distribución de inversión de publicidad en medios es diferente para distintas industrias, tal y como se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 1. Distribución de Inversión en publicidad por industria en México (%) 2014.³⁰⁵



Fuente. ESTUDIO ERNST & YOUNG.³⁰⁶

Como puede observarse, la composición de la inversión en publicidad por medios de comunicación es distinta para cada una de las industrias mostradas en el gráfico anterior. No obstante, en todas éstas la TV radiodifundida es el medio que concentra la mayor inversión en publicidad, llegando a un máximo de casi el 95% (noventa y cinco por ciento) de toda la inversión para el caso de la industria farmacéutica. La industria en donde se observa la menor proporción de inversión en publicidad en TV radiodifundida es la de los vehículos, la cual cuenta con una participación de casi el 40% (cuarenta por ciento), con inversión en los demás medios que no rebasa el 20% (veinte por ciento).

En general se tiene que para el año dos mil catorce, de toda la inversión en publicidad realizada en México, el 65% (sesenta y cinco por ciento) se destinó a la TV radiodifundida.³⁰⁷

Se ha identificado que la estrategia publicitaria de una empresa está relacionada con la cantidad de consumidores a los que se puede acceder a través de cada medio en particular. Las características de los medios de comunicación y su disponibilidad o accesibilidad por parte de los consumidores, determina la penetración que éstos pueden alcanzar a través de cada medio de comunicación, así como su alcance y el tiempo que tomará llegar a cierto número de consumidores.³⁰⁸

En este sentido, la TV tiene características que la diferencian de cualquier otro medio que se utilice para publicitarse, pues a través de este medio es posible comunicar con audio y video, información, por lo que es más fácil que las personas se sientan afines con lo que se

³⁰⁵ Folio 12726.

³⁰⁶ Ídem.

³⁰⁷ Folio 12732.

³⁰⁸ Folio 11475.

transmite a través de éste. Por lo anterior, la TV radiodifundida es un medio importante para publicitar un producto o servicio.

b. Espacios publicitarios en señales de TV radiodifundida en México

Actualmente en México existen tres cadenas nacionales de TV radiodifundida³⁰⁹ a través de las cuales se comercializan espacios publicitarios, tanto a nivel local como nacional, y próximamente ingresarán los 148 (ciento cuarenta y ocho) nuevos canales de transmisión que están siendo licitados por este INSTITUTO, los cuales tendrán presencia local y/o regional.³¹⁰

Las estaciones de TV que transmiten en la Ciudad de México han dominado históricamente la industria de la TV y han actuado como las estaciones principales para las redes de estaciones ubicadas en otras partes del país, dando a éstas la totalidad o una parte sustancial de su programación. De esta forma, si bien existe un gran número de estaciones de TV en otras partes de México, la mayoría de éstas únicamente retransmiten programación originada por alguna de las estaciones de la Ciudad de México.³¹¹

De las tres cadenas nacionales de TV radiodifundida existentes, las señales de GTV son aquellas que tienen mayor alcance, por lo que es probable que la publicidad que se transmita a través de estas señales sea más efectiva para llevar a cabo una campaña de publicidad a nivel nacional.

c. Conclusión

De conformidad con el análisis presentado en la presente sección se tiene que el mercado investigado de la venta de publicidad en TV radiodifundida en el territorio nacional, tiene las siguientes características y elementos:

- la publicidad es una comunicación que tiene el objetivo de dar a conocer un producto o servicio a los consumidores, por ello es importante que se realice en medios que tengan un alcance importante;
- cada medio de comunicación, por donde puede transmitirse publicidad, tiene un alcance máximo, es decir, llegará a un determinado número y tipo de personas. Inversiones adicionales en publicidad no genera que más gente esté expuesta, sino que dicha publicidad la vean con mayor frecuencia;
- la TV radiodifundida es el medio que mayor alcance y efectividad presenta, y
- en el país existen tres cadenas nacionales de TV radiodifundida.

Quinta. Análisis de los hechos denunciados e investigados

COFRESA señaló en la DENUNCIA que las acciones realizadas por GTV y TV AZTECA impidieron la transmisión en TV radiodifundida del anuncio publicitario de su servicio de TV restringida. Aunado a lo anterior, manifestó que ésto podía configurar una práctica monopólica relativa pues la publicidad en TV radiodifundida es un elemento importante para la exitosa

³⁰⁹ La transmisión de las señales de la tercera cadena nacional de TV radiodifundida, cuyo nombre comercial es "Imagen TV" comenzó a operar y transmitir sus señales el diecisiete de octubre de dos mil dieciséis.

³¹⁰ Véase el comunicado número 55/2016 de este INSTITUTO, disponible en <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/inicia-el-proceso-de-opinion-publica-sobre-las-prebases-de-licitacion-de-148-canales-de-television>. Una impresión certificada de dicho comunicado se integró a las constancias del EXPEDIENTE y se encuentra en los folios 15658/a a 15661.

³¹¹ Folios 3657 y 3658.

comercialización del servicio de TV restringida que ofrece la DENUNCIANTE, por lo que dichas acciones pueden desplazar a competidores de las DENUNCIADAS en dicho mercado relacionado, además de que las DENUNCIADAS son los principales participantes en el mercado de la venta de espacios de publicidad en TV radiodifundida.

Al respecto, para que este INSTITUTO esté en condiciones de determinar de manera presuntiva si las DENUNCIADAS realizaron conductas que pueden configurar una práctica monopólica relativa, es necesario evaluar si los hechos denunciados y los elementos recabados durante la investigación en torno a dichos hechos, actualizan alguno de los supuestos establecidos en las fracciones V, VI, X y XI del artículo 10 de la LFCE.

Con relación a lo anterior, mediante el ACUERDO DE INICIO, el INSTITUTO tramitó una investigación por la probable existencia de las prácticas monopólicas relativas referidas, en los siguientes términos:

"De los hechos y circunstancias narrados por (COFRESA, este INSTITUTO) estima que los hechos y circunstancias descritos por la denunciante en relación con los agentes económicos denunciados, podrían referirse a posibles prácticas monopólicas relativas en términos del artículo 10 de la LFCE, en el mercado de la venta de publicidad en televisión abierta a nivel nacional, que podría tener como objeto o efecto desplazar indebidamente a otros agentes del mercado; impedirles sustancialmente su acceso o establecer ventajas exclusivas en favor de una o varias personas.

Específicamente, los hechos denunciados permiten suponer que la probable violación a investigar podría actualizar las fracciones V, VI, X y XI del artículo 10 de la LFCE, esto es, sujeto a que se comprueben los supuestos a que se refieren los artículos 11, 12 y 13 de la LFCE: i) "(I)a acción unilateral consistente en rehusarse a vender, comercializar o proporcionar a personas determinadas bienes o servicios disponibles y normalmente ofrecidos a terceros"; ii) "(I)a concertación entre varios agentes económicos o la invitación a estos, para ejercer presión contra algún agente económico o para rehusarse a vender, comercializar o adquirir bienes o servicios a dicho agente económico, con el propósito de disuadirlo de una determinada conducta, aplicar represalias u obligarlo a actuar en un sentido determinado (...); iii) "(e)l establecimiento de distintos precios o condiciones de venta o compra para diferentes compradores o vendedores situados en igualdad de condiciones (...); y, iv) "(I)a acción de uno o varios agentes económicos cuyo objeto o efecto, directo o indirecto, sea incrementar los costos u obstaculizar el proceso productivo o reducir la demanda que enfrentan sus competidores (...)", sin perjuicio de que durante la tramitación del procedimiento que se inicia, este (INSTITUTO) tuviera conocimiento de hechos que pudieran actualizar alguna otra de las conductas prohibidas por la LFCE."³¹²

A continuación se presentan los elementos que obran en el EXPEDIENTE, relacionados con los hechos denunciados e investigados, con la finalidad de determinar si éstos actualizan o no los supuestos señalados en cada una de las fracciones del artículo 10 de la LFCE por las que se inició la investigación tramitada en el EXPEDIENTE.

Adicionalmente, se advierte que, en el curso de la investigación, se llevaron a cabo diversas comparecencias por parte de diversas personas físicas que participaron directamente en los hechos investigados, a saber: [REDACTED] * [REDACTED] * [REDACTED] * [REDACTED] *

En adelante, se hará referencia a dichas comparecencias, cuando resulte relevante.

o **Artículo 10, fracción V de la LFCE: negativa de trato**

De acuerdo con COFRESA, los hechos descritos en la DENUNCIA actualizan la fracción V del artículo 10 de la LFCE, pues considera que GTV y TV AZTECA realizaron actos de forma

³¹² Folios 2759 y 2760.

unilateral con los cuales negaron de *facto* la venta de espacios de publicidad en señales de TV radiodifundida para transmitir los anuncios publicitarios de la CAMPAÑA.

Al respecto, se deberá demostrar que se configuran los siguientes supuestos, a efecto de emplazar a agentes económicos como probables responsables de la comisión de una práctica monopólica relativa prevista en la fracción V del artículo 10 de la LFCE, consistente en "(I) *a acción unilateral consistente en rehusarse a vender, comercializar o proporcionar a personas determinadas bienes o servicios disponibles y normalmente ofrecidos a terceros*":

- que exista una acción unilateral consistente en rehusarse a vender, comercializar o proporcionar a personas determinadas bienes o servicios, y
- que dichos bienes o servicios se encuentren disponibles y sean normalmente ofrecidos a terceros.

A continuación se presentan los elementos que obran en el EXPEDIENTE, con la finalidad de que este INSTITUTO determine si las acciones realizadas por las DENUNCIADAS actualizan el supuesto de la fracción V del artículo 10 de la LFCE. Con la finalidad de presentar una exposición clara sobre las acciones realizadas por cada una de las DENUNCIADAS, se presentan apartados individuales para cada una de ellas.

1. TELEVISA

La supuesta negativa por parte de TELEVISA de transmitir el anuncio publicitario de la CAMPAÑA en sus señales de TV radiodifundida fue objeto de la DENUNCIA. Al respecto, en el ACUERDO DE INICIO³¹³ se resumieron los hechos denunciados en el siguiente sentido:

Fechas	Descripción de los hechos
Agosto de dos mil trece.	GTV y Cofresa mantuvieron negociaciones para la transmisión de una campaña publicitaria de Dish.
Septiembre-octubre de dos mil trece.	GTV y Cofresa firmaron un Contrato de Prestación de Servicios Publicitarios (CPSP) con vigencia del primero de septiembre de dos mil trece al treinta y uno de diciembre de dos mil trece.
Octubre de dos mil trece.	Cofresa solicitó a GTV que le informara si autorizaba el spot publicitario a efecto de que pudiera hacer el pago correspondiente. Mediante llamada telefónica, GTV informó que el spot no había sido autorizado pues contenía marcas propiedad de GTV, lo que violaba derechos de propiedad intelectual.
Diez y quince de enero de dos mil catorce.	Cofresa solicitó a GTV que le informara por escrito las razones por las que no se transmitiría el spot.
Veintidós de enero de dos mil catorce.	Mediante una carta, GTV manifestó que no tenía obligación de transmitir el spot, en tanto Cofresa no realizó el pago acordado en el CPSP.
Febrero de dos mil catorce.	Cofresa reiteró a GTV su solicitud de aprobar el spot publicitario para realizar el pago, pues de lo contrario, y en términos del CPSP, consideraba que podía arriesgarse a perder el monto pagado.

Ahora bien, es relevante tener en consideración los siguientes antecedentes, previo al análisis detallado de los hechos que fueron materia de la investigación tramitada en el EXPEDIENTE.

1. Hechos suscitados en el año dos mil doce

COFRESA refirió en su DENUNCIA que durante el año dos mil doce se transmitieron pautas publicitarias de su servicio de TV restringida en las señales de TV radiodifundida comercializadas por TELEvisa en el marco del CPSP-GTV 2012.³¹⁴ Derivado de dicha relación contractual, TELEvisa proporcionó a COFRESA los servicios de publicidad en sus señales de TV radiodifundida durante el periodo comprendido entre el quince de noviembre al treinta y uno de diciembre, ambos de dos mil doce.³¹⁵ Al respecto, COFRESA manifestó que los requisitos y el procedimiento seguidos en el año dos mil trece no fueron los mismos que aquellos seguidos en el año dos mil doce.

Así, COFRESA y TELEvisa reconocieron haber celebrado el CPSP-GTV 2012, y que las partes cumplieron con lo estipulado en dicho contrato. Al respecto, COFRESA manifestó en su DENUNCIA y en su DESAHOGO-PREVENCIÓN que en el marco del CPSP-GTV 2012, TELEvisa le dio el visto bueno al contenido de su anuncio publicitario, previo pago de la contraprestación pactada a cargo de COFRESA. No obstante ello, dicha manifestación derivó de la interpretación que realizó COFRESA a un correo electrónico recibido el dieciséis de noviembre de dos mil doce, mismo que obra en el EXPEDIENTE.³¹⁶

Ello se explica toda vez que como parte del acuerdo de prevención emitido por la Titular de la UCE el catorce de febrero de dos mil catorce, se requirió a COFRESA lo siguiente:

"1: Informe las fechas en que recibió las aprobaciones técnicas de los spots publicitarios correspondientes, derivados del contrato de prestación de servicios publicitarios celebrado entre GTV y Cofresa el 15 de noviembre de 2012; (...)"³¹⁷ (énfasis añadido).

Al respecto, COFRESA respondió:

"Como Anexo II.1.a, copia simple del correo electrónico enviado por ([REDACTED]) a ([REDACTED]) con fecha 16 de noviembre de 2012, en donde la primera citada manifestó que ya habían revisado los 4 spots enviados previamente por Cofresa. Al respecto, dicha manifestación sucede en el marco de la revisión que GTV realizaba sobre la calidad de los spots (...)"³¹⁸ (énfasis añadido).

Así, de la revisión del anexo al que hace referencia COFRESA, se advierte que el mismo señala lo siguiente:

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

³¹⁴ COFRESA manifestó en su DENUNCIA que firmó con GTV un CPSP el quince de noviembre de dos mil doce; sin embargo, dicho contrato fue firmado por TELEvisa y no por GTV. A pesar de lo anterior, COFRESA también señaló en su DENUNCIA que, al describir acciones de GTV o alguna empresa relacionada, se hará referencia a GTV. Por lo anterior, aunque el contrato referido haya sido firmado por TELEvisa y COFRESA, se hace referencia a GTV, por ser la primera una subsidiaria de esta última.

³¹⁵ Folio 1074.

³¹⁶ La impresión de dicho correo electrónico se encuentra en el folio 2595.

³¹⁷ Folio 2546.

³¹⁸ Folio 2558.

[REDACTED] *

(...) ³²³ (énfasis añadido).

Del contenido de las impresiones de dichas comunicaciones se desprende que COFRESA solicitó a TELEvisa la venta de espacios publicitarios en las señales de TV radiodifundida que comercializa, para lo cual TELEvisa envió a COFRESA el dieciocho de septiembre de dos mil trece la CARTA-TARIFAS,³²⁴ la cual estuvo dirigida a [REDACTED] y en la que se hace referencia a las tarifas aplicables al servicio solicitado, las cuales incluían [REDACTED] a solicitud de COFRESA.

3. Firma del contrato entre TELEvisa y COFRESA y envío del material publicitario

TELEvisa presentó como respuesta al OFICIO TELEvisa 011/2014, la CARTA-CONTRATO³²⁵ que envió a COFRESA el veinticuatro de septiembre de dos mil trece, mediante la cual adjuntó tres originales del CPSP-GTV 2013.

Posteriormente, y de acuerdo a la DENUNCIA, COFRESA entregó a TELEvisa los tres originales del CPSP-GTV 2013 el veinticinco de septiembre de dos mil trece, para que fueran firmados por personal de TELEvisa.³²⁶ En el mismo sentido, TELEvisa presentó en respuesta al OFICIO TELEvisa 011/2014, la CARTA-DEVOLUCIÓN, mediante la cual COFRESA envió de vuelta los tres originales del CPSP-GTV 2013 firmados, [REDACTED] a la CAMPAÑA.

Dicha carta fue enviada por [REDACTED] a [REDACTED] y en ella se estableció lo siguiente:

[REDACTED] *

³²³ Folio 1079.
³²⁴ Folios 4216 y 4217.
³²⁵ Folios 4218 y 4219.
³²⁶ Folio 21.

[REDACTED] *

[REDACTED] *

[REDACTED] 327

Del contenido de la CARTA-DEVOLUCIÓN se desprende que COFRESA solicitó a TELEVISIA la FACTURA-TELEVISIA, a efecto de realizar el pago pactado en el CPSP-GTV 2013 y solicitó el visto bueno del anuncio publicitario. Asimismo, se advierte que el "Acuse de recibo" de dicha comunicación establece:

[REDACTED] *

[REDACTED] énfasis
añadido).³²⁸

4. Solicitud de pago y envío de documentación para tal efecto

[REDACTED] * envió la CARTA-FACTURA a [REDACTED] * el veintiséis de septiembre de dos mil trece, adjuntando "[REDACTED] *"³²⁹

Asimismo, de los CORREOS COFRESA-TELEVISIA se advierte que TELEVISIA envió a COFRESA la FACTURA-TELEVISIA vía correo electrónico el mismo veintiséis de septiembre de dos mil trece. Lo anterior se muestra a continuación:

[REDACTED] *

(...) ³³⁰ (énfasis añadido).

Por otro lado, de acuerdo a la DENUNCIA, COFRESA precisó que TELEVISIA le envió una versión original del CPSP-GTV 2013 y la información bancaria para el pago respectivo hasta el tres de octubre de dos mil trece, fecha posterior a la fecha límite de pago conforme a la CARTA-CONTRATO y el CPSP-GTV 2013.

³²⁷ Folios 4221 a 4224 y 4734.

³²⁸ Folio 4224.

³²⁹ Folios 2710, 4225 y 4226.

³³⁰ Folios 1080 y 4203.

Lo anterior es consistente con la CARTA-DATOS BANCARIOS, enviada por [REDACTED] a [REDACTED] misma que fue presentada por TELEvisa en respuesta al OFICIO TELEvisa 011/2014, en la cual se señaló "(d)e acuerdo a tu solicitud, adjunto el Contrato de Servicios Publicitarios firmado y la carta bancaria",³³¹

Por otro lado, [REDACTED] manifestó, en su comparecencia durante la investigación, haber enviado los datos necesarios a [REDACTED] a efecto de que COFRESA procediera al pago pactado en el CPSP-GTV 2013, tal como se transcribe a continuación:

"54. De acuerdo a los documentos mostrados (CARTA-CONTRATO y CPSP-GTV 2013), se desprende que la fecha límite de pago del (CPSP-GTV 2013) fue el treinta de septiembre de dos mil trece. Asimismo, la fecha de recepción de la (CARTA-CONTRATO) es del tres de octubre de dos mil trece.

Señale las razones por las cuales envió el contrato de prestación de servicios publicitarios a [REDACTED] de COFRESA después de la fecha límite de pago pactada en el referido contrato.

[REDACTED]

[REDACTED] (énfasis añadido).³³²

De lo anterior, se desprende que personal de TELEvisa hizo llegar al personal de COFRESA los elementos necesarios para que esta última procediera al pago para la transmisión de su anuncio publicitario en TV radiodifundida y le informó que debía modificar el anuncio publicitario a efecto de que pudiera ser transmitido en las señales de TV radiodifundida que comercializa TELEvisa; sin embargo, COFRESA ya contaba con la información necesaria para hacer el pago, toda vez que fue la misma que necesitó y utilizó al realizar el pago correspondiente al CPSP-GTV 2012.

5. Solicitud del visto bueno del material publicitario por parte de COFRESA

COFRESA solicitó, en repetidas ocasiones, a TELEvisa que le remitiera: i) el CPSP-GTV 2013 debidamente firmado por ambas partes; ii) los DATOS BANCARIOS 2013, y iii) le proporcionara el visto bueno respecto a la calidad del anuncio publicitario para que procediera al pago.

A continuación se transcriben las partes relevantes de los CORREOS COFRESA-TELEvisa en los que se observan tales solicitudes:

[REDACTED]

³³¹ Folio 4227.

³³² Folio 14418.

[Redacted] *

[Redacted] *

[Redacted] *

(...) ³³³ (énfasis añadido)

[Redacted] *

[Redacted] ³³⁴ (Énfasis añadido)

[Redacted] *

(...) ³³⁵ (énfasis añadido)

[Redacted] *

[Redacted] *

[Redacted] *

³³³ Folios 1083 y 4199.
³³⁴ Folios 1082 y 4196.
³³⁵ Folios 1082 y 4196.

[REDACTED] *

(...) ³³⁶ (énfasis añadido)

En este sentido, después de la insistencia de COFRESA, el tres de octubre de dos mil trece, TELEvisa envió la CARTA- DATOS BANCARIOS en la cual se incluía el CPSP-GTV 2013 firmado por personal de TELEvisa, así como los DATOS BANCARIOS 2013.

Por otro lado, tomando en consideración los hechos relatados por COFRESA con relación a la negociación llevada a cabo con TELEvisa en dos mil doce, mismos que fueron descritos anteriormente, se advierte que, a diferencia de lo manifestado por COFRESA, del contenido de la impresión del correo electrónico que a continuación se transcribe, no se logra apreciar que TELEvisa en el año dos mil doce hubiera dado un visto bueno o se hubiera referido a un supuesto visto bueno de los anuncios publicitarios, materia de la contratación en dicho año.

[REDACTED] *

[REDACTED] * (...) ³³⁷ (énfasis añadido)

En este sentido, lo que refiere el contenido de la impresión de dicho correo electrónico es el proceso de revisión que lleva a cabo TELEvisa, situación que tiene conocimiento COFRESA, ya que [REDACTED] * [REDACTED] * y [REDACTED] * manifestaron, en las

³³⁶ Folios 1085 y 4193.

³³⁷ Folio 2595.

comparecencias desahogadas ante este INSTITUTO, que [REDACTED] * control de calidad y contenido, previo a la transmisión de los anuncios publicitarios.³³⁸

Por lo anterior, lo que se logra demostrar con el contenido de la impresión del correo electrónico transcrito, es que TELEVISA lleva a cabo revisiones previas de los anuncios publicitarios que transmite, no así que dicha revisión derive o se traduzca en un "visto bueno" como lo refirió COFRESA. Adicionalmente, ni el CPSP-GTV 2013 ni el PLAN COMERCIAL 2013 hacen referencia alguna a una obligación por parte de TELEVISA de otorgar el "visto bueno" a los anuncios publicitarios para ser transmitidos en sus señales.

Los elementos anteriores no muestran que sea un requisito o una obligación por parte de TELEVISA, en términos del CPSP-GTV 2012 o del CPSP-GTV 2013, otorgar un visto bueno de la calidad del anuncio publicitario, previo al pago de la contraprestación estipulada, y, por tanto, tampoco muestra que el trato recibido en la relación contractual del año dos mil doce haya sido diferente a aquella del año dos mil trece.

Aunado a ello, como se mencionará a continuación, COFRESA tenía conocimiento de que la CAMPAÑA no cumplía con los requisitos pre-establecidos sobre la calidad y contenido del anuncio publicitario, por lo que no podría esperar un "visto bueno" sobre requisitos técnicos contemplados en el los planes comerciales de TELEVISA.

a) No autorización de la calidad y contenido del anuncio publicitario de COFRESA

Conforme al dicho de COFRESA, [REDACTED] * le comunicó a [REDACTED] * vía telefónica el cuatro de octubre de dos mil trece, que el anuncio publicitario no fue autorizado debido a que el contenido resultaba violatorio de diversos ordenamientos legales, así como de la propiedad intelectual de GRUPO TELEVISA.

Posteriormente, de acuerdo con COFRESA, [REDACTED] * se comunicó con [REDACTED] * nuevamente vía telefónica el siete de octubre de dos mil trece, a efecto de reiterarle que el anuncio publicitario de la CAMPAÑA no había sido autorizado. Esto lo manifestó en su respuesta al OFICIO COFRESA 003/2015, en los siguientes términos:

[REDACTED] *

Ahora bien, en respuesta al OFICIO TELEVISA 011/2014, TELEVISA argumentó que en efecto le comunicó de forma telefónica a COFRESA que no autorizó el anuncio publicitario de la CAMPAÑA, debido a que no cumplía con los requisitos pre-establecidos sobre la calidad y contenido del anuncio publicitario. Así, la falta de autorización del anuncio publicitario se debió no sólo a la coexistencia de marcas de terceros en el anuncio publicitario de la CAMPAÑA, sino también a un error en el formato en que fue enviado dicho anuncio.

A continuación se transcribe la respuesta brindada por TELEVISA en dicho oficio:

[REDACTED] *

³³⁸ Folios 14410, 14437 y 15613.

³³⁹ Folio 4761.

*

*

* ³⁴⁰

Por otro lado, ^{*} en su comparecencia ante este INSTITUTO, confirmó que hizo del conocimiento de COFRESA que su anuncio publicitario debía ser entregado en el formato correcto y que su contenido no había sido autorizado. A continuación se transcribe dicha declaración de la compareciente:

"40. Señale si usted hizo de conocimiento de los CC: ^{} y/o ^{*} de COFRESA, que el anuncio publicitario no contaba con la autorización técnica y de contenido (...)*

*

(sic)

* (énfasis añadido).³⁴¹

En este sentido, la no aprobación de TELEvisa del anuncio publicitario de COFRESA por cuestiones de contenido se debió a la coexistencia de diversas marcas de las cuales COFRESA no es titular, ni acreditó la autorización para el uso de dichas marcas.

Al respecto, ^{*} manifestó lo siguiente en su comparecencia ante este INSTITUTO:

"17. Señale de manera detallada cuál era el proceso de contratación de espacios publicitarios en señales de televisión radiodifundida que comercializaba Televisa, S.A. de C.V en el año dos mil trece.

*

18. Señale a qué se refiere con las condiciones comerciales que aplican dependiendo de las necesidades del cliente durante un proceso de contratación de espacios publicitarios a los que hace referencia en su respuesta anterior.

*

19. Señale a qué se refiere con cosas adicionales a las que hace referencia en su respuesta anterior.

*

*

(...)

³⁴⁰ Folio 4301.

³⁴¹ Folio 14415.

21. Señale en qué consiste la figura de piggy back a la que se refiere en su respuesta a la pregunta número 20.

*

22. Señale a qué se refiere con el término spot en referencia en su respuesta a la pregunta anterior. Anuncio publicitario.

23. Señale de qué dependía que se podía incluir el piggy back en un contrato con un cliente determinado en el año dos mil trece.

*

24. Señale si de incluirse el piggy back en la negociación, se tendrá que verificar que el cliente tenga los derechos para usar la marca de un tercero.

*

(énfasis añadido).³⁴²

Por otro lado, * manifestó lo siguiente en su comparecencia ante este INSTITUTO y respecto al uso de marcas en un anuncio publicitario:

"19. (...) qué se entiende que los anuncios publicitarios que se transmiten en las señales de televisión radiodifundida donde comercializa espacios publicitarios Televisa, S.A. de C.V., pasen el

*

*

(...)

21. Señale con qué objeto el área de contenido cuenta con un listado de marcas de los clientes que invierten y los que no invierten en Televisa.

*

*

22. Señale en qué momento se le notifica al cliente si las marcas contenidas en su anuncio publicitario contienen marcas de clientes que no invierten en Televisa.

*

*

(...)

³⁴² Folios 14436 y 14437.

24. Señale en qué momento se notifica al cliente la existencia de marcas no listadas como cliente de Televisa para que proceda al pago del sobre precio en aquellos casos en que el cliente no notificó previamente la existencia de otras marcas en el anuncio publicitario.

*

(...)

37. Señale si tiene conocimiento de que se haya autorizado por las áreas de control de calidad y de contenido, el anuncio publicitario de Cofresa que sería transmitido al amparo del contrato de prestación de servicios publicitarios celebrado entre Televisa, S.A. de C.V. y Cofresa en el año dos mil trece.

(...)

*

38. Señale si tiene conocimiento que las marcas contenidas en el anuncio publicitario de Cofresa tenían inversión publicitaria en TELEvisa.

*

(...)

40. Señale si usted le hizo de conocimiento a los CC. Lydia Castañeda y/o Victor Zavala de Cofresa, que el anuncio publicitario no contaba con la autorización técnica y de contenido que señaló en sus respuestas anteriores.

*

*" (énfasis añadido).³⁴³

Ahora bien, en el marco de la comparecencia desahogada por parte de * durante la investigación,³⁴⁴ se le cuestionó sobre la revisión relacionada con temas de marcas a que hicieron referencia * y * en sus respectivas comparecencias, así como TELEvisa en su respuesta al OFICIO TELEvisa 011/2014.

Al respecto, * manifestó lo siguiente:

"15. Mencione si es de su conocimiento que Televisa, S.A. de C.V. celebró un contrato de prestación de servicios publicitarios con Comercializadora de Frecuencias Satelitales, S. de R.L. de C.V., (en adelante, Cofresa) conocida comercialmente como "Dish" en el año dos mil trece (en adelante, CPSP 2013).

No recuerdo claramente las razones sociales pero sé que se firmó un contrato relacionado con "Dish".

16. Usted recuerda que se hubiera hecho alguna revisión por parte de su Dirección, relacionado con temas de marcas o propiedad intelectual, con relación al contrato referido en el numeral anterior.

Si.

17. Respecto de la pregunta anterior, señale en qué consistió dicha revisión.

*

³⁴³ Folios 14411, 14412, 14415 y 14416.

³⁴⁴ Folios 15605 a 15622.

18. Podría señalar sobre qué versó dicha contradicción.

El abogado C. [REDACTED] * objeta la pregunta toda vez que se trata de información a la que tuvo acceso el compareciente a partir de su relación abogado cliente impidiéndole contestar en virtud de su obligación de secreto profesional.

El C. Juan Rodrigo Ruiz Esparza califica la objeción como improcedente toda vez que la pregunta se vincula con los hechos investigados en el procedimiento tramitado bajo el EXPEDIENTE y guarda relación con la respuesta a la pregunta anterior. En este sentido, se le reitera la pregunta y se le indique que señale sobre qué versó la contradicción entre el material incluido en el anuncio publicitario de COFRESA y el contrato signado entre Televisa, S.A. de C.V. y dicho agente económico.

[REDACTED] *
7345

En este aspecto, mediante el OFICIO TELEvisa 014/2015 se le solicitó a TELEvisa que señalara "cuáles fueron los derechos de autor, de propiedad industrial o de cualquier otra naturaleza, que Televisa identificó que podría haber infringido con la transmisión del spot o anuncio publicitario, tal y como lo entregó Cofresa". Para responder a dicho cuestionamiento, TELEvisa presentó * impresiones de pantalla en las que se logran apreciar fracciones del anuncio publicitario de la CAMPAÑA de COFRESA, en el cual incluyó marcas de terceros, entre las que se encuentran: "moviecity", "ESPN", "universal", "Nat Geo Wild", "TNT", entre otras.³⁴⁶

Finalmente, por lo que hace a la no aprobación por parte de TELEvisa del anuncio publicitario de COFRESA por cuestiones de calidad, resulta relevante la manifestación realizada por [REDACTED] * en su comparecencia ante este INSTITUTO, la cual se transcribe a continuación:

"37. Señale si tiene conocimiento de que se haya autorizado por las áreas de control de calidad y de contenido, el anuncio publicitario de Cofresa que sería transmitido al amparo del contrato de prestación de servicios publicitarios celebrado entre Televisa, S.A. de C.V. y Cofresa en el año dos mil trece.

[REDACTED] *
[REDACTED] * (...)"³⁴⁷

Al respecto, se advierte que en el "Acuse de recibo" de la CARTA-DEVOLUCIÓN se desprende que COFRESA envió a TELEvisa la FACTURA-TELEvisa y el anuncio publicitario en "unidad USB con archivo Quicktime (.mov) en resolución 16:9 de 20" de duración. Contiene Spot de Video Dish para transmitirse al aire correspondiente a la (CAMPAÑA)"³⁴⁸ (énfasis añadido). Asimismo, en el PLAN COMERCIAL 2013³⁴⁹ se encontraban establecidos dichos requisitos en su página 5, en el apartado correspondiente al "Material comercial", el cual establece "Entregas en formato betacam".³⁵⁰

Por lo anterior, a pesar de la insistencia de COFRESA en que le fuera otorgado el visto bueno de su anuncio publicitario, el cuatro y siete de octubre de dos mil trece, y que TELEvisa le informó vía telefónica que no cumplía con los requisitos preestablecidos de calidad y

³⁴⁵ Folios 15613 y 15614.

³⁴⁶ Folios 7712 a 7718.

³⁴⁷ Folio 14415.

³⁴⁸ Folio 4224.

³⁴⁹ Los PLANES COMERCIALES TELEvisa se ponen a disposición de los clientes de TELEvisa anualmente en su portal de Internet.

³⁵⁰ Folios 7425 y 7426.

contenido; sin embargo, COFRESA no presentó elementos que demostraran que haya enviado un nuevo material con las modificaciones técnicas solicitadas por TELEvisa.

6. Vencimiento del contrato y comunicaciones posteriores

De las constancias del EXPEDIENTE se desprende que en el periodo comprendido entre el ocho de octubre de dos mil trece al nueve de enero de dos mil catorce, no hubo comunicación alguna entre COFRESA y TELEvisa respecto al CPSP-GTV 2013.

Fue hasta el diez y quince de enero de dos mil catorce que COFRESA realizó la FE DE HECHOS ENERO-TELEvisa, mediante la cual solicitó, de nueva cuenta, el visto bueno del anuncio publicitario de la CAMPAÑA; no obstante que TELEvisa le informó con anterioridad que el material no cumplía con las condiciones de calidad y contenido, sin que COFRESA realizara las modificaciones conducentes.

Por otro lado, durante la investigación se le cuestionó a COFRESA, mediante el OFICIO COFRESA 003/2015, si con posterioridad a la solicitud de TELEvisa relativa a la modificación del anuncio publicitario de la CAMPAÑA, es decir, si después del cuatro y siete de octubre de dos mil trece, sostuvo comunicaciones con TELEvisa respecto al CPSP-GTV 2013. Al respecto, COFRESA respondió que sólo intercambió comunicaciones con TELEvisa mediante la FE DE HECHOS ENERO-TELEvisa, CARTA-TELEvisa 2014 y la FE DE HECHOS FEBRERO-TELEvisa.

En particular, COFRESA señaló lo siguiente:

"(...) sólo hubo intercambio de comunicados entre Cofresa y Televisa, a través de comunicados formales, que constan en el expediente. Específicamente los siguientes:

[REDACTED] *

[REDACTED] *

[REDACTED] *

[REDACTED] (...) ³⁵¹ (énfasis añadido)

El nueve de enero de dos mil catorce, COFRESA informó a TELEvisa, en una comunicación notificada mediante las FE DE HECHOS ENERO-TELEvisa, ³⁵² lo siguiente:

[REDACTED] *

[REDACTED] *

[REDACTED] *

[REDACTED] *

³⁵¹ Folio 4761.

³⁵² Folios 1100 a 1104 y 1109 a 1113.

* [REDACTED] ³⁵³ (énfasis añadido).

TELEVISA respondió con la CARTA-TELEVISA 2014 a dicho comunicado de COFRESA, cuyo contenido parcial es el siguiente:

* [REDACTED]

* [REDACTED]

* [REDACTED]

* [REDACTED] ³⁵⁴ (énfasis añadido).

Adicionalmente, COFRESA presentó, en respuesta al OFICIO COFRESA 003/2015, la comunicación enviada mediante la FE DE HECHOS FEBRERO-TELEVISA de siete de febrero de dos mil catorce, ³⁵⁵ cuyo contenido parcial se transcribe a la letra:

* [REDACTED]

³⁵³ Folio 1106.

³⁵⁴ Folio 4281.

³⁵⁵ Folios 4747 y 4748.

*

*

*

356

(énfasis añadido).

Asimismo, COFRESA precisó que TELEvisa evadió tener comunicación, a pesar de que en reiteradas ocasiones expresó su disposición de realizar el pago pactado en el CPSP-GTV 2013.³⁵⁷

En vista de lo anterior, si bien hubo una solicitud por parte de COFRESA hacia TELEvisa para la transmisión de pautas publicitarias en las señales de TV radiodifundida que comercializa esta última, la compraventa de las pautas publicitarias no se logró concretar.

Por tanto, de los elementos anteriores se desprende lo siguiente:

1. COFRESA negoció con TELEvisa la compra de espacios publicitarios en las señales de TV radiodifundida que comercializa y celebraron el CPSP-GTV 2013 el primero de septiembre de dos mil trece, mismo que estaría vigente desde esa fecha y hasta el treinta y uno de diciembre de dos mil trece.
2. El CPSP-GTV 2013 celebrado por TELEvisa y COFRESA establecía como fecha límite de pago por la prestación de dicho servicio el treinta de septiembre de dos mil trece, mismo que debía realizarse en una sola exhibición.
3. COFRESA manifestó en los CORREOS COFRESA-TELEvisa que para proceder al pago correspondiente era requisito el envío de la FACTURA-TELEvisa, el CPSP-GTV 2013 firmado, los DATOS BANCARIOS 2013 y el visto bueno de la calidad del spot.
4. TELEvisa envió a COFRESA, mediante la CARTA-FACTURA y mediante correo electrónico, la FACTURA-TELEvisa el veintiséis de septiembre de dos mil trece, es decir, antes de la fecha límite de pago.
5. TELEvisa envió a COFRESA un original debidamente firmado por las partes del CPSP-GTV 2013 y los DATOS BANCARIOS 2013 el tres de octubre de dos mil trece, es decir, después de la fecha límite de pago; los datos bancarios ya eran de conocimiento de COFRESA, antes de la fecha mencionada, derivado de la relación contractual y comercial que sostuvo con TELEvisa en el año dos mil doce.
6. Ambas partes coinciden en que personal de TELEvisa se comunicó el cuatro y siete de octubre de dos mil trece vía telefónica con personal de COFRESA para informarle que el anuncio publicitario de la CAMPAÑA no fue autorizado, toda vez que éste contenía marcas o nombres comerciales de terceros y no contaba con el consentimiento de los titulares de dichas marcas y nombres para ser transmitidas; ni fueron aprobadas durante el curso de la negociación.³⁵⁸ Adicionalmente, TELEvisa informó a COFRESA que

³⁵⁶ Folios 4756 y 4757.

³⁵⁷ Folio 4739.

³⁵⁸ En contravención de la cláusula 13 del CPSP-GTV 2013 que establecía "13. Los anuncios publicitarios sólo podrán incluir marcas propiedad del Cliente y solo promocionarán servicios directamente proporcionados por el Cliente con sus propios activos".

el anuncio publicitario no fue enviado en el formato establecido en el PLAN COMERCIAL 2013. En virtud de lo anterior, TELEvisa solicitó la modificación del formato y contenido del anuncio publicitario de la CAMPAÑA.

7. COFRESA y TELEvisa coinciden en que COFRESA no entregó un nuevo anuncio publicitario con las modificaciones solicitadas por TELEvisa, las especificaciones de formato y tampoco justificó el uso de las marcas de terceros a que hacía referencia TELEvisa.
8. COFRESA afirmó que después de las comunicaciones sostenidas con TELEvisa el cuatro y siete de octubre de dos mil trece, no tuvo comunicación adicional con TELEvisa respecto al CPSP-GTV 2013, durante el tiempo en que estuvo vigente el contrato. Fue hasta el nueve de enero de dos mil catorce que se reanudaron las comunicaciones relacionadas con el CPSP-GTV 2013.
9. TELEvisa comunicó a COFRESA que el anuncio publicitario de la CAMPAÑA no había sido enviado en el formato correspondiente, que no había sido aprobado y necesitaba ser modificado. En una comunicación de COFRESA notificada a TELEvisa mediante las FE DE HECHOS-ENERO TELEvisa, COFRESA insistió en que TELEvisa debía dar el visto bueno del anuncio publicitario, a efecto de que COFRESA pudiera realizar el pago correspondiente.
10. TELEvisa argumentó que a la fecha de las FE DE HECHOS-ENERO TELEvisa, el CPSP-GTV 2013 que habían celebrado no se encontraba vigente, aunado a que COFRESA no realizó el pago correspondiente al que se había comprometido mediante dicho instrumento, ni envió el anuncio publicitario con las modificaciones solicitadas o la justificación requerida respecto al uso de marcas de terceros.
11. De las constancias del EXPEDIENTE no existen elementos que permitan inferir que COFRESA o algún otro anunciante requirieran de un "visto bueno" para cumplir con la obligación contractual, consistente en el pago de la contraprestación pactada, previo a la transmisión del anuncio publicitario.

Ahora bien, tomando en consideración los hechos referidos, para demostrar que TELEvisa negó el trato a COFRESA, a la luz de la fracción V del artículo 10 de la LFCE, sería necesario que se colmara lo siguiente:

- (i) que COFRESA hubiera solicitado a TELEvisa la venta de los espacios de publicidad en las señales de TV radiodifundida que dicho agente económico comercializa;
- (ii) que TELEvisa, de forma unilateral, hubiera rehusado a vender a COFRESA espacios de publicidad en sus señales de TV radiodifundida, y
- (iii) que la venta de espacios de publicidad en las señales de TV radiodifundida comercializados por TELEvisa hubiera estado disponible y fuera normalmente ofrecida a terceros.

En este sentido, a continuación se analizarán los incisos anteriores.

Que COFRESA hubiera solicitado a TELEvisa la venta de los espacios de publicidad en las señales de TV radiodifundida que dicho agente económico comercializa

De los elementos recabados en la investigación y de conformidad con los hechos relatados en el apartado anterior, se advierte que dicho requisito se colmó, por lo que a continuación se realizará un análisis de los incisos (ii) y (iii) referidos.

Adicionalmente, si bien se advierte que en la FE DE HECHOS ENERO-TELEVISA y en la FE DE HECHOS FEBRERO-TELEVISA, COFRESA solicitó de nueva cuenta la transmisión del anuncio publicitario de la CAMPAÑA en las señales de TV radiodifundida que comercializa TELEVISA, dicha solicitud estaba vinculada con el CPSP-GTV 2013, es decir, en dichos documentos COFRESA exhortaba a GTV a transmitir su anuncio publicitario en términos de lo pactado en el CPSP-GTV 2013.

No obstante, el CPSP-GTV 2013 estuvo vigente hasta el treinta y uno de diciembre de dos mil trece, por lo que la solicitud formulada en la FE DE HECHOS ENERO-TELEVISA y en la FE DE HECHOS FEBRERO-TELEVISA COFRESA fue extemporánea.

En todo caso, si COFRESA continuaba con el interés de que TELEVISA transmitiera el anuncio publicitario de la CAMPAÑA en las señales que comercializa, COFRESA pudo haber presentado una nueva solicitud que diera lugar a una nueva negociación y a la firma de un nuevo contrato; sin embargo, no fue así.

Que TELEVISA se hubiera negado de forma unilateral a vender a COFRESA espacios publicitarios solicitados en sus señales de TV radiodifundida

De los elementos recabados en la investigación se observa que no se cumple uno de los supuestos previstos en la fracción V del artículo 10 de la LFCE, toda vez que no existe evidencia en el EXPEDIENTE que apunte a que GTV, por cuenta propia o a través de TELEVISA, se haya rehusado de forma unilateral a proporcionar a COFRESA los espacios de publicidad que comercializa en TV radiodifundida.

Al respecto, los únicos elementos que obran en el EXPEDIENTE, que permitieran a esta autoridad suponer la existencia de una posible acción unilateral por parte de GTV y/o TELEVISA son las manifestaciones formuladas por COFRESA en la DENUNCIA, mismas que no se lograron confirmar durante la investigación. Por el contrario, durante dicho procedimiento se obtuvo información de la que se desprende la existencia de un proceso de negociación, en el cual TELEVISA contestó a las solicitudes de COFRESA y fue esta última quien *motu proprio* condicionó el pago pactado en el CPSP-GTV 2013, manifestando en su carta del siete de febrero de dos mil catorce que, de haber hecho el pago por el anuncio publicitario, "*habría un riesgo de que se perdiera el monto del pago*" en virtud de la nota 3 de dicho contrato,³⁵⁹ por lo que TELEVISA procedió a no transmitir el anuncio publicitario de COFRESA.

Así, de los elementos del EXPEDIENTE se desprende que COFRESA, en efecto, solicitó a TELEVISA los servicios de publicidad en TV radiodifundida y la negociación de esta solicitud se llevó a cabo durante los meses de agosto y septiembre de dos mil trece, conforme a los hechos denunciados. Como resultado de la negociación, COFRESA y TELEVISA celebraron el CPSP-GTV 2013 en el mes de septiembre de dos mil trece, el cual tuvo vigencia por el resto de dicho año.

Si bien COFRESA afirma que no pudo proceder al pago pactado en el CPSP-GTV 2013, debido a la falta del visto bueno del anuncio publicitario de la CAMPAÑA y al supuesto riesgo

³⁵⁹ Dicha nota enuncia lo siguiente: "3. Al término del contrato Televisa no estará obligada a reembolsar cantidad alguna o a reponer servicios no utilizados por el Cliente".

de perder el monto pagado conforme a la nota 3 de dicho Instrumento, tal justificación no es válida para inferir que TELEvisa se hubiera rehusado a vender a COFRESA espacios de publicidad en sus señales de TV radiodifundida, toda vez que de los términos y condiciones del CPSP-GTV 2013, los cuales negoció y aceptó COFRESA de manera previa a su firma, no se desprende que la aprobación o visto bueno del anuncio como lo refiere la DENUNCIANTE, deben ser proporcionados por TELEvisa antes del pago del servicio comercializado.

En efecto, de la revisión de los CPSP-GTV 2012 y CPSP-GTV 2013, este INSTITUTO advierte que los términos y condiciones de ambos contratos son coincidentes, y que en ninguno de éstos se estableció como condición del pago, la aprobación previa o visto bueno del anuncio por parte de TELEvisa, en los términos referidos por COFRESA.

Al respecto, los términos y condiciones de los CPSP-GTV 2012 y CPSP-GTV 2013 contienen las siguientes notas, mismas que estipulan los derechos y obligaciones de cada una de las partes para la transmisión de anuncios publicitarios en señales de TV radiodifundida donde TELEvisa comercializa sus servicios.

Las notas del CPSP-GTV 2013 se transcriben a continuación:

"NOTAS: 1. El Cliente pagará a (TELEvisa) el Monto Total de la Inversión más el Impuesto al Valor Agregado ("IVA") a más tardar en la fecha de inicio de vigencia indicada en el espacio correspondiente, fecha en la que Televisa le expedirá al Cliente la factura correspondiente. 2. En ningún caso Televisa transmitirá los anuncios publicitarios (spots, planes de integración del producto, inserciones virtuales, superimposiciones, patrocinios, cápsulas y/o menciones) cuando el Cliente no haya pagado el Monto Total de Inversión y el IVA respectivo, o cuando no tenga saldo disponible para cubrir el importe de los servicios solicitados, los cuales deberán utilizarse dentro del periodo de vigencia arriba indicado. 3. Al término del contrato Televisa no estará obligada a reembolsar cantidad alguna o a reponer servicios no utilizados por el Cliente. 4. Televisa no será responsable frente a terceros, incluyendo autoridades gubernamentales, del contenido de los anuncios publicitarios proporcionados por el Cliente, por lo que este se obliga a sacar a Televisa en paz y a salvo o a quien esta designe, de cualquier reclamación relacionada con el material y se compromete a cubrir todas las cantidades que resulten por dicha reclamación. 5. El Cliente se obliga a obtener los permisos que sean necesarios para la transmisión de los anuncios publicitarios o a dar los avisos procedentes, en forma previa su transmisión. De igual forma el Cliente deberá cumplir con todos los ordenamientos legales aplicables. 6. El derecho de contratar los espacios de tiempo para publicidad a que se refiere este Contrato, no podrá ser transferido o cedido por el Cliente a terceras personas; Televisa podrá ceder los derechos y obligaciones que se deriven del presente Contrato a cualquiera de sus empresas filiales o subsidiarias, sin necesidad de dar aviso al Cliente de ello. 7. El Cliente reconoce que las estipulaciones pactadas en este Contrato son de carácter incancelable por lo cual no procederá reembolso alguno y subsistirá la obligación del Cliente de pagar a Televisa la totalidad del Monto de Inversión arriba indicado. 8. El cliente nombra como mandatario a la Agencia en términos de la legislación aplicable y por lo tanto la autoriza en este acto para que actúe en su nombre y representación para efectos de emitir órdenes de servicio a Televisa por cualquier medio o forma al amparo del presente Contrato. 9. El Cliente y/o la Agencia se obligan a cumplir con las políticas de venta de Televisa así como las políticas contenidas en el Convenio de Uso del Sistema "e-Ventas Televisa" para consulta, aclaración de saldos, y captura de órdenes de servicio vía Internet, vigentes de tiempo en tiempo. 10. El Cliente, directamente o a través de la Agencia, deberá determinar e informar a Televisa por escrito, el nivel de acceso a los servicios de consulta, conciliación y solicitud de servicios que tendrán las personas autorizadas por el Cliente y/o la Agencia. El Cliente y/o la Agencia será(n) el(los) único(s) responsable(s) del uso que se le dé a la información a la que se tenga acceso. 11. Las partes acuerdan que los términos y condiciones del presente Contrato son confidenciales, por lo que no podrán revelar dicha información sin el previo consentimiento por escrito que, en su caso, otorgue la otra parte. 12. Las partes reconocen y aceptan que las limitantes establecidas en el tarifario que se adjunta al presente Contrato aplican al mismo han sido previamente revisadas y aceptadas por el Cliente. 13. Los anuncios publicitarios sólo podrán incluir marcas propiedad del Cliente y sólo promocionarán servicios directamente

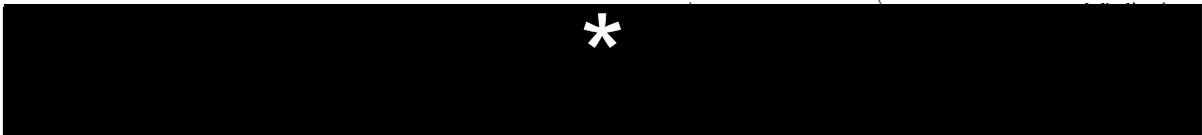
proporcionados por el Cliente con sus propios activos. 14. El presente Contrato se registrará e interpretará de acuerdo con las leyes federales aplicables de México. Las partes convienen expresa e irrevocablemente en someterse a la jurisdicción de los tribunales competentes de México ubicados en la Ciudad de México, Distrito Federal respecto a cualquier demanda, acción o procedimiento que se derive o se relacione con el presente Contrato y renuncian irrevocablemente a cualquier otra jurisdicción que les pudiera corresponder por razón de sus domicilios presentes o futuros o por alguna otra causa.³⁶⁰ (Énfasis añadido)

Así, COFRESA manifestó en la DENUNCIA que el "(CPSP-GTV 2013) establecía prácticamente los mismos términos y cláusulas que el (CPSP-GTV 2012)."³⁶¹

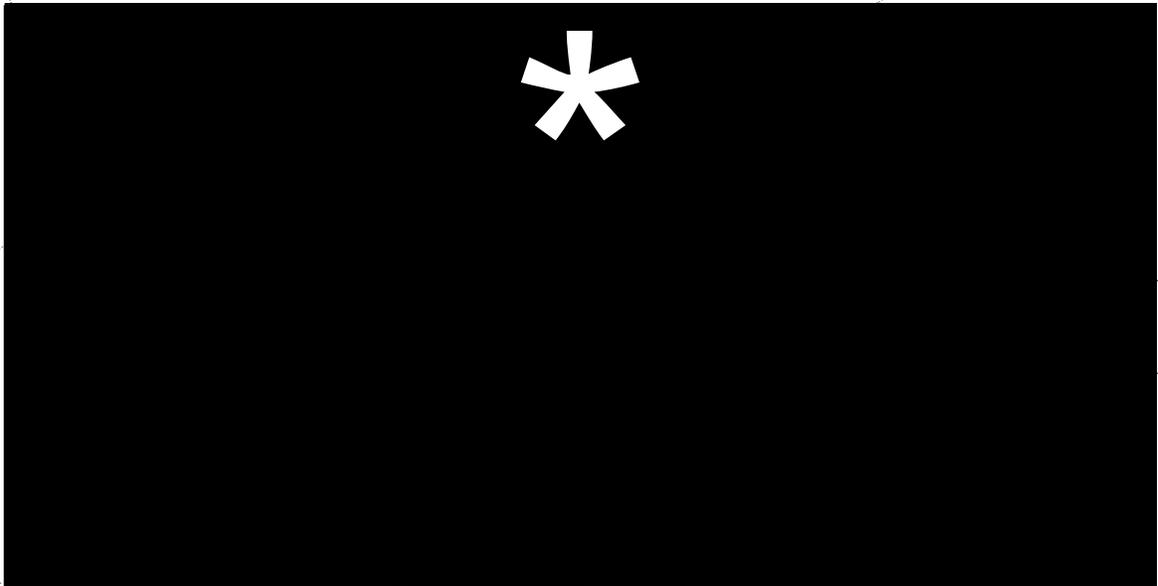
Con este antecedente, se confirma que COFRESA conocía las cláusulas de ambos contratos, así como los derechos y obligaciones generados por la celebración del CPSP-GTV 2013. Asimismo, de las notas del CPSP-GTV 2013 se desprende que COFRESA adquirió varios derechos y obligaciones una vez celebrado y firmado el contrato.

Por su parte, TELEvisa argumentó que COFRESA no cumplió con diversas obligaciones y requisitos pre-establecidos para formalizar el CPSP-GTV 2013, a saber:

"Requisitos Administrativos: Los requisitos administrativos incumplidos son los siguientes:



Requisitos Técnicos: Los requisitos técnicos incumplidos son los siguientes:



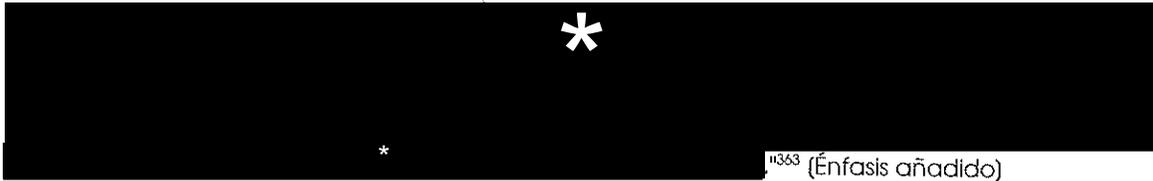
³⁶² (énfasis añadido).

Asimismo, TELEvisa refirió que COFRESA no cumplió con la nota número 2 del CPSP-GTV 2013, misma que establecía lo siguiente:

³⁶⁰ Folios 1074 y 4228.

³⁶¹ Folio 21.

³⁶² Parte de la respuesta de TELEvisa al OFICIO TELEvisa 014/2015. Folios 7246 y 7247.



³⁶³ (Énfasis añadido)

De la referida nota se advierte que TELEVISA no está obligada a transmitir los anuncios publicitarios de sus clientes si éstos no realizan el pago pactado en la(s) fecha(s) acordada(s). Al respecto, de los elementos que obran en el EXPEDIENTE y que se señalan a continuación, COFRESA contaba al veintiséis de septiembre de dos mil trece con la documentación necesaria para realizar el pago de manera previa a la fecha acordada en el CPSP-GTV 2013 (treinta de septiembre de dos mil trece).

COFRESA y TELEVISA intercambiaron los CORREOS COFRESA-TELEVISA en los cuales COFRESA solicitó diversa documentación a TELEVISA con el propósito de realizar el pago del CPSP-GTV 2013, argumentando que era un requisito contar con esa información, en específico la FACTURA-TELEVISA. Así, TELEVISA entregó a COFRESA la documentación requerida; sin embargo, la DENUNCIANTE no realizó el pago estipulado en el CPSP-GTV 2013.

Lo anterior fue confirmado por  * quien, en su comparecencia ante este INSTITUTO, explicó que la CAMPAÑA no fue transmitida porque COFRESA no realizó el pago a efecto de ser transmitido en las señales en que TELEVISA comercializa sus servicios publicitarios en TV radiodifundida, en los siguientes términos:

"45. Señale si tiene conocimiento de que el anuncio publicitario de COFRESA fue transmitido en el año dos mil trece en las señales de televisión radiodifundida donde comercializa espacios de publicidad (TELEVISA).

No fue transmitido porque no se pagó.

46. Mencione por qué le consta que el anuncio publicitario de COFRESA no fue transmitido en el año dos mil trece en las señales de televisión radiodifundida donde comercializa espacios de publicidad (TELEVISA)

No se pagó y tampoco nos entregó el material en el formato que debía ser." ³⁶⁴ (Énfasis añadido)

Asimismo,  * en su comparecencia ante este INSTITUTO explicó que la CAMPAÑA no fue transmitida porque COFRESA no realizó el pago a efecto de ser transmitido en las señales en que TELEVISA comercializa sus servicios publicitarios en TV radiodifundida, en los siguientes términos:

"43. Señale las razones de por qué no fue transmitido el anuncio publicitario de COFRESA en el año dos mil trece en las señales de televisión radiodifundida donde comercializa espacios de publicidad (TELEVISA)

Pues nunca pagaron" ³⁶⁵ (Énfasis añadido).

Como se señaló anteriormente, el veinticinco de septiembre de dos mil trece COFRESA envió a TELEVISA tres originales del CPSP-GTV 2013 firmados por su representante legal y posteriormente solicitó a TELEVISA: (i) la FACTURA-TELEVISA, (ii) un original del CPSP-GTV 2013 firmado por los representantes legales de TELEVISA; (iii) los DATOS BANCARIOS 2013, y (iv) su visto bueno respecto al anuncio publicitario.

³⁶³ Folio 1090.

³⁶⁴ Folios 14416 y 14417.

³⁶⁵ Folio 14440.

Al respecto, este INSTITUTO advierte que TELEvisa proporcionó los documentos referidos en los numerales (ii) y (iii) anteriores, después de la fecha de vencimiento del pago, lo cual fue cuestionado a TELEvisa mediante el OFICIO TELEvisa 014/2015 en los siguientes términos:

"1. (...) a) Indique la razón por la que su representada envió a COFRESA el CPSP 2013, así como la "carta bancaria", posterior a la fecha límite de pago pactado en el CPSP 2013, es decir, el treinta de septiembre de dos mil trece."³⁶⁶

TELEvisa señaló en su respuesta que por retrasos propios de su operación diaria, no pudo realizar la entrega del CPSP-GTV 2013 antes de la fecha límite de pago; sin embargo, TELEvisa entregó la FACTURA-TELEvisa a COFRESA el veintiséis de septiembre de dos mil trece, es decir, antes de la fecha límite que era el treinta del mismo mes y año.³⁶⁷

Asimismo, TELEvisa precisó que COFRESA contaba con los DATOS BANCARIOS 2013 para proceder al pago, debido a que en noviembre de dos mil doce realizó el pago del CPSP-GTV 2012,³⁶⁸ por lo que no tenía ningún impedimento para realizar el pago estipulado en el CPSP-GTV 2013 en la fecha acordada en el mismo. Así las cosas, COFRESA contaba con la información bancaria para realizar el pago estipulado en el CPSP-GTV 2013.

En efecto, en el DESAHOGO-PREVENCIÓN, la DENUNCIANTE presentó los DATOS BANCARIOS 2012, información que utilizó para realizar el pago correspondiente al CPSP-GTV 2012, la cual es idéntica a la que le proporcionó TELEvisa el tres de octubre de dos mil trece.

Ahora bien, según los elementos que obran en el EXPEDIENTE y las manifestaciones de COFRESA, esta última no realizó el pago pactado en el CPSP-GTV 2013, ya que estaba esperando que TELEvisa le proporcionara el visto bueno de la calidad del *spot*, puesto que cuando contrató sus servicios en el año dos mil doce, obtuvo un visto bueno del anuncio publicitario antes de realizar el pago del CPSP-GTV 2012 y, posteriormente, inició la transmisión de su anuncio publicitario.

Sin embargo, como se refirió anteriormente, en el EXPEDIENTE no existe elemento alguno que permita a esta autoridad acreditar el dicho de COFRESA, en el sentido de que en el marco del CPSP-GTV 2012 TELEvisa hubiera dado un "visto bueno" a COFRESA. Adicionalmente, ninguno de los elementos que obran en el EXPEDIENTE indican que el visto bueno del anuncio publicitario sea una condición o un requisito *sine qua non* para que COFRESA y/o los clientes de TELEvisa realicen el pago y, a su vez, soliciten la transmisión del anuncio, sin que se cumpla con lo establecido en el CPSP.

Al respecto, la nota 1 del CPSP-GTV 2013 establece que TELEvisa debe emitir una factura a nombre del cliente por el pago correspondiente que se realice de acuerdo al calendario de pagos; en el caso particular era a más tardar el treinta de septiembre de dos mil trece. Asimismo, en el PLAN COMERCIAL 2013 se establece que la facturación puede emitirse de forma anticipada o por vencimiento de pagos.

En el caso del CPSP-GTV 2013, se advierte que COFRESA se

*

*

³⁶⁶ Folio 5235.

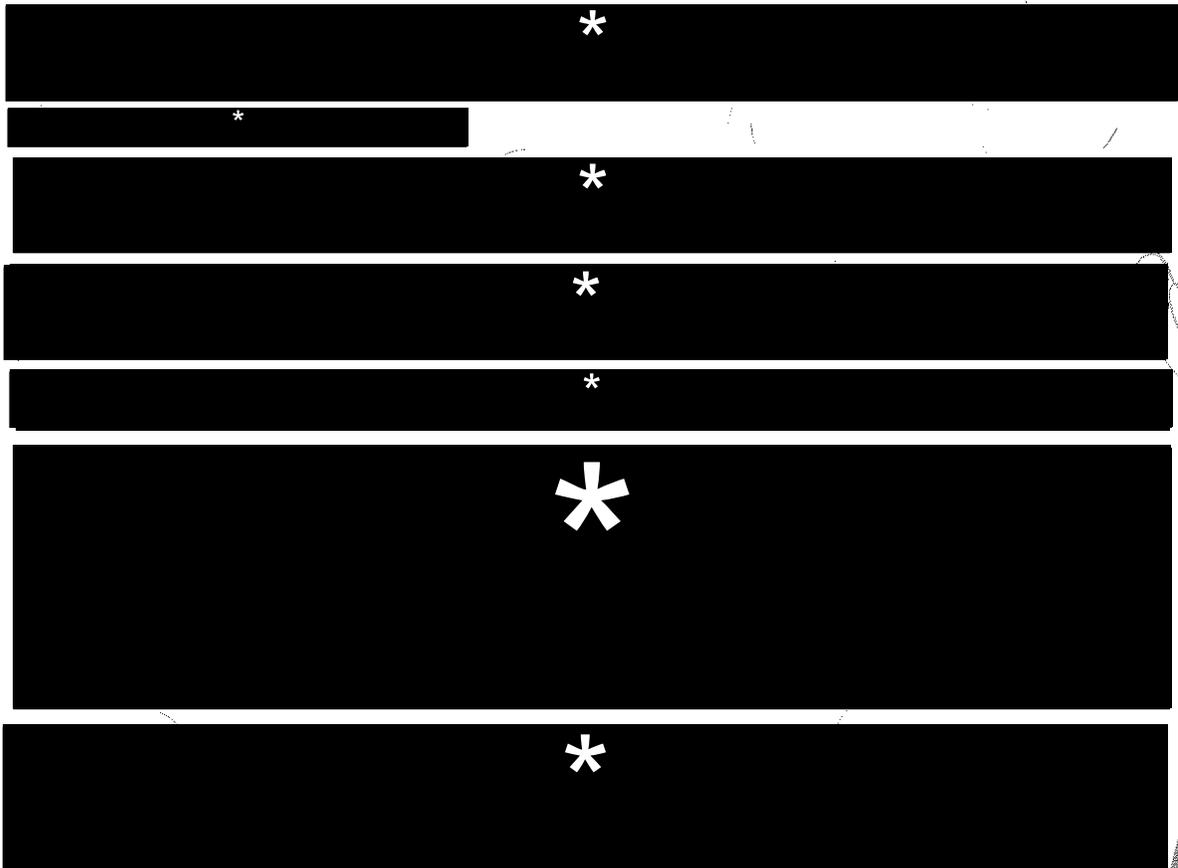
³⁶⁷ Folio 6015.

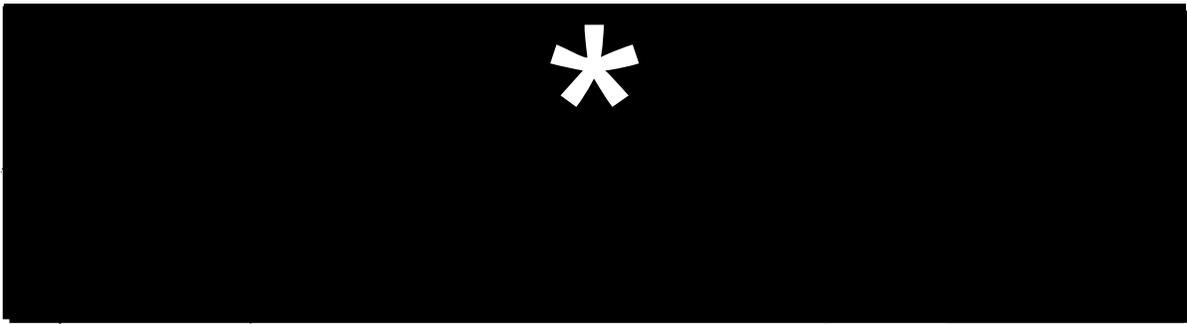
³⁶⁸ Folios 6015 y 6016.

Ahora bien, de acuerdo con los términos y condiciones del CPSP-GTV 2013, así como con el proceso de comercialización de espacios de publicidad de TELEvisa, mismo que se detalla en el PLAN COMERCIAL 2013, los requisitos que todos los clientes de TELEvisa deben cumplir antes de celebrar un contrato, son los siguientes:

1. Contar con el contrato de prestación de servicios publicitarios debidamente firmado por el cliente y el prestador de servicios y que el mismo se encuentre vigente.
2. Haber recibido el XML de la factura electrónica así como la representación gráfica de la misma, lo cual se entrega al cliente por los medios electrónicos dispuestos por él mismo.
3. Programar el pago de la factura en la fecha de vencimiento de conformidad con el contrato de prestación de servicios celebrado con la empresa.
4. Que el cliente cuente con los fondos suficientes disponibles en la fecha que deba realizar el pago.
5. Tratándose de pagos por transferencia electrónica de fondos, el cliente recibe previamente por escrito los datos de la cuenta bancaria de la empresa, acompañando copia del estado de cuenta del banco. Una vez realizado el pago el cliente lo informa utilizando el correo electrónico o vía telefónica.
6. Si el medio de pago del cliente es a través de cheque, éste lo entrega al personal autorizado por la empresa en las oficinas del propio cliente.³⁶⁹

Ahora bien, el procedimiento de contratación de servicios publicitarios de TELEvisa es el siguiente:





*

"370

De los elementos obtenidos en la investigación, no se identificó que la aprobación o visto bueno del anuncio publicitario como lo planteó COFRESA fuera un requisito o impedimento para proceder al pago de los contratos de servicios publicitarios en TV radiodifundida que celebra TELEvisa con sus clientes.

Lo anterior además se confirma con el análisis de las cláusulas que contienen el CPSP-GTV 2012 y el CPSP-GTV 2013; los PLANES COMERCIALES TELEvisa, y las respuestas de diversos clientes de TELEvisa que contrataron sus servicios de publicidad entre los años dos mil once a dos mil quince.

En este sentido, mediante el OFICIO * 056/2015, el OFICIO * 051/2015, el OFICIO * 027/2015 y el OFICIO * 007/2016, fueron requeridos durante la investigación * , * , * y * , respectivamente, como clientes de TELEvisa en la compra de espacios de publicidad en TV radiodifundida. Dichos agentes económicos exhibieron copias simples de los CPSP que celebraron con TELEvisa en diversos años del periodo referido.

A continuación se muestra un análisis de las cláusulas de dichos contratos, respecto a la modalidad de pago acordada entre cada uno de los agentes económicos referidos y TELEvisa:

Tabla 11. Modalidad de pago considerada en los CPSP celebrados con TELEvisa entre dos mil once y dos mil quince.

Agente Económico	Vigencia	Modalidad de pago	Observaciones
*	*	*	*
	*	*	*
	*	*	*
*	*	*	*
I *	*	*	*
	*	*	*
	*	*	*

* [REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
* [REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

De los CPSP que TELEVISA celebró con COFRESA, [REDACTED] y [REDACTED] se identificó que existe la cláusula que estipula que TELEVISA no transmitirá ningún anuncio publicitario cuando el cliente no haya realizado el/los pago(s) acordado(s) en el contrato o no cuente con el saldo suficiente. Asimismo, de la lectura de las cláusulas y notas de dichos contratos no se desprende que TELEVISA tenga la obligación de proporcionar la aprobación o visto bueno del anuncio publicitario antes del pago que se pacte en el CPSP correspondiente, como lo refirió COFRESA.

Asimismo, de los CPSP celebrados entre [REDACTED]³⁷¹ se observa que [REDACTED] proporcionó los servicios publicitarios solicitados, y que, de igual manera, existe una cláusula que especifica que TELEVISA no estará obligada a transmitir anuncio publicitario alguno sin que haya mediado el pago o los pagos establecidos en el CPSP o que, en su caso, el cliente cuente con saldo suficiente a efecto de cubrir los gastos que genere la transmisión de su anuncio publicitario.

En este mismo sentido, se le requirió a [REDACTED] mediante OFICIO [REDACTED] 003/2016, para que informara a este INSTITUTO, con relación a los CPSP que celebró con TELEVISA, lo siguiente: "(...) si el pago por la prestación de (los) servicios publicitarios en televisión radiodifundida, fue realizada de manera previa o con posterioridad a alguna autorización técnica y/o de contenido del anuncio publicitario por parte del prestador de esos servicios."³⁷²

A lo cual, [REDACTED] respondió:

"(...) (E)l pago por la prestación de servicios publicitarios en televisión radiodifundida, no se ha condicionado a alguna autorización técnica o de contenido publicitario."³⁷³

Así, de las cláusulas establecidas en los diversos CPSP celebrados entre varios agentes económicos y TELEVISA, y de las manifestaciones realizadas por clientes de TELEVISA en la contratación de espacios de publicidad, no existe condición alguna para realizar el pago por la prestación de los servicios de publicidad.

El pago es una obligación que adquieren los agentes económicos al celebrar un CPSP, si es que desean transmitir sus anuncios publicitarios en las señales de TV radiodifundida de TELEVISA. De esta misma manera, TELEVISA, con la celebración del CPSP, se obliga a transmitir el anuncio publicitario, una vez que obtenga el pago por parte del agente económico interesado y su anuncio cumpla con los requisitos técnicos y legales necesarios.

Respecto al último punto, es importante mencionar que los CPSP de TELEVISA se rigen también por sus políticas comerciales, mismas que TELEVISA pone a disposición de sus clientes año tras año en su portal de Internet³⁷⁴, a través de los PLANES COMERCIALES TELEVISA. Así,

³⁷¹ Folios 14338 a 14345.

³⁷² Folio 12772.

³⁷³ Folio 12836.

³⁷⁴ La página de Internet en la que TELEVISA hace pública la información respecto a sus servicios de publicidad que ofrece en TV radiodifundida es la siguiente: <https://televisa.plancomercial.com/politicas-tv-abierta/>.

TELEVISA publica su oferta de espacios de publicidad en TV radiodifundida mediante los PLANES COMERCIALES TELEVISA, así como el contrato marco del CPSP para cada año.

De lo anterior se concluye que debido a que COFRESA celebró el CPSP-GTV 2013, estaba obligada a realizar el pago pactado; sin embargo, la justificación del otorgamiento del visto bueno o aprobación de la calidad del anuncio publicitario por parte de TELEVISA es una condición que no se logró acreditar durante la investigación y que solo COFRESA interpretó en ese sentido durante el proceso de negociación con TELEVISA; no obstante que las partes acordaron que la relación contractual se llevaría a cabo bajo los términos y condiciones del CPSP-GTV 2013, mas no así bajo condiciones ajenas al contrato como lo refiere la DENUNCIANTE.

Por lo tanto, se tienen elementos para presumir que la acción de TELEVISA de no transmitir el anuncio publicitario de la CAMPAÑA derivó de un incumplimiento al CPSP-GTV 2013, por la falta de pago, por parte de COFRESA, y no así por una acción unilateral por parte de dicho agente económico.

Finalmente, este INSTITUTO identificó que los únicos elementos sobre una negativa a negociar la transmisión del anuncio publicitario en TV radiodifundida fueron plasmados en la DENUNCIA, sin que existieran elementos en el EXPEDIENTE que demostraran dicha negativa por parte de TELEVISA.

COFRESA señaló en la DENUNCIA que TELEVISA no le otorgó la aprobación o el visto bueno del anuncio publicitario de la CAMPAÑA, por lo que no realizó el pago al que se obligó mediante el CPSP-GTV 2013; sin embargo, como se señaló anteriormente, tanto COFRESA como TELEVISA reconocieron que el cuatro y el siete de octubre de dos mil trece, personal de este último se comunicó vía telefónica con personal de la DENUNCIANTE para indicarle que el anuncio publicitario no había sido autorizado debido a que no se cumplió con los requisitos de calidad y contenido establecidos en el PLAN COMERCIAL 2013 y en el CPSP-GTV 2013; en consecuencia, COFRESA debía modificar el anuncio publicitario y enviarlo de nueva cuenta cumpliendo no sólo con los requisitos de contenido, sino también de calidad (formato betacam digital y los treinta segundos negros y de barras cromáticas respectivamente), a efecto de que pudiera ser transmitido en las señales de TV radiodifundida, sin que TELEVISA recibiera un nuevo anuncio publicitario con las modificaciones correspondientes, ni el pago acordado mediante el CPSP-GTV 2013.

A pesar de lo anterior, de los elementos del EXPEDIENTE se observa que COFRESA fue omisa en continuar con las negociaciones y cumplir con lo estipulado en el CPSP-GTV 2013, relativo al pago y la entrega del material en el formato solicitado por TELEVISA.

Así, después de la llamada telefónica realizada por personal de TELEVISA con personal de COFRESA el siete de octubre de dos mil trece, COFRESA no realizó algún intento de acercamiento a TELEVISA para cumplir con lo estipulado en el CPSP-GTV 2013 y con ello concretar la transmisión de su anuncio publicitario, instrumento jurídico que estuvo vigente por el resto del año dos mil trece.

De lo anterior, se puede concluir que COFRESA se retiró de las negociaciones con TELEVISA, sin que se observara una acción unilateral por parte de este último agente económico para no transmitir en sus señales de TV radiodifundida la publicidad de COFRESA.

En este sentido, la falta de pago de la FACTURA TELEvisa, así como de modificación del anuncio publicitario en los términos referidos por TELEvisa puede considerarse como la voluntad de COFRESA para no llevar a su término el cumplimiento del CPSP-GTV 2013, respecto a la transmisión de su anuncio publicitario, y no como una negativa unilateral por parte de TELEvisa para vender a dicho agente económico espacios de publicidad en sus señales de TV radiodifundida.

Conclusión preliminar

Los elementos del EXPEDIENTE no permiten suponer que las acciones de TELEvisa actualizaron el supuesto previsto en la fracción V del artículo 10 de la LFCE, debido a que las conductas denunciadas no pueden actualizar una denegación unilateral de trato, conforme a lo siguiente:

- A. COFRESA adquirió derechos y obligaciones con TELEvisa, mediante la celebración del CPSP-GTV 2013. Una de las obligaciones de COFRESA era realizar el pago acordado en dicho instrumento para la transmisión del anuncio publicitario correspondiente;
- B. el CPSP-GTV 2013 estableció que TELEvisa no estaba obligada a transmitir anuncios publicitarios cuando el cliente no hubiera efectuado el pago o no tuviera saldo disponible para pagar los servicios solicitados;
- C. COFRESA condicionó el pago del CPSP-GTV 2013 a recibir la aprobación o visto bueno del anuncio publicitario por parte de TELEvisa. Dicha condición no se estipuló en ninguna comunicación, ni en los CPSP analizados durante la investigación, ni en los PLANES COMERCIALES TELEvisa;
- D. TELEvisa informó a COFRESA que su anuncio no cumplía con los requisitos de calidad y contenido, por lo que debía ser modificado;
- E. COFRESA no modificó el anuncio ni realizó el pago y se retiró de la relación contractual con TELEvisa a partir del ocho de octubre de dos mil dieciséis, mientras el CPSP-GTV se encontraba vigente, y
- F. en consecuencia, TELEvisa no se encontraba obligado a realizar la transmisión del anuncio publicitario de la CAMPAÑA.

Expuesto lo anterior, toda vez que no se actualizó el supuesto relativo a que TELEvisa se hubiera rehusado a vender, de manera unilateral, a COFRESA los espacios de publicidad en sus señales de TV radiodifundida, resulta innecesario realizar el análisis respecto del elemento relativo a que la venta de dichos espacios hubiera estado disponible y fuera normalmente ofrecida a terceros.

2. TV AZTECA

La supuesta negativa por parte de TV AZTECA, a través de acciones de su subsidiaria ESTUDIOS AZTECA, a transmitir el anuncio publicitario de la CAMPAÑA en las señales de TV radiodifundida fue objeto de la DENUNCIA.

Al respecto, en el ACUERDO DE INICIO³⁷⁵ se resumieron los hechos denunciados en el siguiente sentido:

³⁷⁵ Folios 2756 y 2557.

"(...)

Fechas	Descripción de los hechos
Agosto de dos mil trece.	TV Azteca y Cofresa mantuvieron negociaciones para la transmisión de una campaña publicitaria de Dish.
Veintitrés de septiembre de dos mil trece.	TV Azteca y Cofresa llegaron a un acuerdo, y Cofresa firmó el contrato respectivo.
Veinticuatro de septiembre de dos mil trece.	TV Azteca mediante llamada telefónica, informó a Cofresa que existía un error en el contrato y que sería enmendado. Asimismo, le informó que 'necesitaría modificar parte de la comunicación vertida en el spot respectivo'. Específicamente, la denunciante señala que TV Azteca le manifestó que estaba infringiendo '(...) ciertas normas de propiedad intelectual (...)'. 'Las partes acuerdan que AZTECA tiene el derecho de no transmitir mensajes publicitarios que afecten derechos de terceros, o bien que infrinjan disposiciones en materia de derechos de autor, propiedad intelectual, telecomunicaciones, radiodifusión, salubridad o demás materiales que resulten aplicables a la transmisión de los anuncios y sus contenidos (...)'
Veinticinco de septiembre de dos mil trece.	TV Azteca modificó el contrato, estableciendo una cláusula que le permite negarse a transmitir ciertos mensajes publicitarios. Dicha cláusula establece en la parte conducente, lo siguiente: 'Las partes acuerdan que AZTECA tiene el derecho de no transmitir mensajes publicitarios que afecten derechos de terceros, o bien que infrinjan disposiciones en materia de derechos de autor, propiedad intelectual, telecomunicaciones, radiodifusión, salubridad o demás materiales que resulten aplicables a la transmisión de los anuncios y sus contenidos (...)'
Catorce y quince de enero de dos mil catorce.	Cofresa solicitó a TV Azteca que '(...) respetara el contrato de prestación de servicios ya acordado por ambas partes' o informara por escrito las razones por las que no transmitiría el spot.

(...)"

Ahora bien, es relevante tener en consideración los siguientes antecedentes, previo a entrar a una relación más detallada de los hechos materia de la investigación.

a) Negociaciones entre COFRESA y ESTUDIOS AZTECA en el año dos mil doce

De los elementos proporcionados por COFRESA en la DENUNCIA, así como de la información proporcionada por ESTUDIOS AZTECA en respuesta al OFICIO ESTUDIOS AZTECA 011/2015, este INSTITUTO identificó que la DENUNCIANTE celebró el CPSP-AZTECA 2012 con ESTUDIOS AZTECA el dos de noviembre de dos mil doce. Derivado de dicha relación contractual, ESTUDIOS AZTECA proporcionó a COFRESA servicios de espacios de publicidad en sus señales de TV radiodifundida de noviembre a diciembre de dos mil doce.³⁷⁶

Así, COFRESA y ESTUDIOS AZTECA reconocieron haber celebrado el CPSP-AZTECA 2012 y que las partes cumplieron con lo estipulado en dicho contrato. Al respecto, COFRESA argumentó que la relación con ESTUDIOS AZTECA en el año dos mil doce fue en los siguientes términos:

*

*

*

(...)

[REDACTED] *

(...)³⁷⁷ (énfasis añadido).

Asimismo, ESTUDIOS AZTECA exhibió en formato digital el CPSP-AZTECA 2012 que celebró con COFRESA el dos de noviembre de dos mil doce.³⁷⁸

Con posterioridad a dicha negociación, en diciembre de dos mil doce, [REDACTED] * comunicó a [REDACTED] * la intención de COFRESA de contratar espacios publicitarios para el primer trimestre de dos mil trece [REDACTED] * señales de TV radiodifundida de TV AZTECA.

En este sentido, el veintiocho de diciembre de dos mil doce, [REDACTED] * envió el siguiente correo electrónico a personal de TV AZTECA:

[REDACTED] *

[REDACTED] *
[REDACTED] *
[REDACTED] *

[REDACTED] *

(...)³⁷⁹ (énfasis añadido).

No obstante lo anterior, el diez de enero de dos mil trece, [REDACTED] * hizo del conocimiento de [REDACTED] * que no se llevaría a cabo la contratación de los espacios publicitarios, por lo que solicitó la cancelación del contrato y pagaré previamente firmados por COFRESA.

Lo anterior se corrobora con los CORREOS COFRESA-ESTUDIOS AZTECA que exhibió ESTUDIOS AZTECA en respuesta al OFICIO ESTUDIOS AZTECA 011/2015, los cuales se transcriben a continuación:

[REDACTED] *

[REDACTED] *

³⁷⁷ Folios 2559 y 2560.

³⁷⁸ Folio 9049.

³⁷⁹ Folio 5585.

[REDACTED] *

[REDACTED] *

[REDACTED]

[REDACTED] *

[REDACTED] (...) ³⁸⁰ (énfasis añadido).

En este aspecto, se advierte que entre finales del año dos mil doce e inicios del año dos mil trece, COFRESA solicitó a ESTUDIOS AZTECA espacios publicitarios en las señales de TV radiodifundida de TV AZTECA para transmitir publicidad de COFRESA; sin embargo, COFRESA sólo unos días después de iniciada la negociación se retiró de la misma, dejando sin efectos todos los instrumentos negociados (i.e. contrato, pagaré, factura, entre otros.).

b) Acercamiento de COFRESA con ESTUDIOS AZTECA para contratar espacios de publicidad en agosto dos mil trece

COFRESA solicitó de nueva cuenta los servicios publicitarios de ESTUDIOS AZTECA en agosto de dos mil trece y durante dicho mes y el subsecuente, [REDACTED] y [REDACTED] mantuvieron comunicación mediante los CORREOS COFRESA-ESTUDIOS AZTECA y, en ocasiones, vía telefónica, con la finalidad de determinar los términos y condiciones del CPSP-AZTECA 2013. ³⁸¹

El trece de septiembre de dos mil trece, ESTUDIOS AZTECA envió a COFRESA, vía correo electrónico, la FACTURA-ESTUDIOS AZTECA, misma que amparaba la cantidad de [REDACTED] por el concepto de "[REDACTED]", expedida a favor de COFRESA ³⁸² y en términos de lo estipulado en el CPSP-AZTECA 2013. ³⁸³

³⁸⁰ Folio 5594.
³⁸¹ Folios 1127 a 1153.
³⁸² Folio 5629. La factura fue exhibida por ESTUDIOS AZTECA en respuesta al OFICIO ESTUDIOS AZTECA 011/2015.
³⁸³ Folio 1155.

En el nuevo proyecto de CPSP, ESTUDIOS AZTECA modificó la cláusula 13 del CPSP-AZTECA 2013, tal y como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 12. Modificación al CPSP-AZTECA 2013.

Cláusula 13 CPSP-AZTECA 2013 ³⁸⁷	
	*
	*
	*
*	³⁸⁸

Posteriormente, de acuerdo con la impresión de los CORREOS COFRESA-TV AZTECA, se advierte que el veinticinco de septiembre de dos mil trece, ^{*} se comunicó, vía correo electrónico, con ^{*} para solicitar que le enviara por escrito la modificación comentada vía telefónica y que continuarían con las negociaciones.³⁸⁹

Lo anterior es consistente con lo referido en la DENUNCIA, donde COFRESA manifestó lo siguiente:

^{*}

³⁹⁰ (énfasis añadido).

³⁸⁷ El texto incorporado en negritas en el tercer párrafo de la cláusula 13 del CPSP-AZTECA 2013 es aquél que ESTUDIOS AZTECA incorporó en fecha posterior a la firma del CPSP-AZTECA 2013 por parte de COFRESA y es la modificación a que se hace referencia en la presente resolución.

³⁸⁸ Folio 1170.

³⁸⁹ Folio 5643.

³⁹⁰ Folios 26 y 27.

En este sentido, se advierte que, a pesar de las negociaciones, las partes no llegaron a un acuerdo, ya que COFRESA, por un lado, no pagó la FACTURA-ESTUDIOS AZTECA y, por el otro, no aceptó la modificación de la cláusula trece del CPSP-AZTECA 2013³⁹¹ y, en consecuencia, COFRESA no realizó los actos necesarios para concluir la negociación con el CPSP-AZTECA 2013 para con ello hacer exigible el mismo en cuanto a la transmisión de la CAMPAÑA.

Ahora, si bien hubo una solicitud por parte de COFRESA hacia ESTUDIOS AZTECA para la transmisión de pautas publicitarias en las señales de TV radiodifundida de TV AZTECA, la compra-venta de las pautas publicitarias no se logró materializar.

Por tanto, de los elementos anteriores se puede arribar a lo siguiente:

- a) hubo una solicitud de COFRESA a ESTUDIOS AZTECA para contratar espacios de publicidad en las señales de TV radiodifundida de TV AZTECA en diciembre de dos mil doce, pero COFRESA retiró su solicitud y solicitó la cancelación del contrato;
- b) hubo una nueva solicitud por parte de COFRESA para contratar espacios de publicidad en las señales de TV radiodifundida de TV AZTECA en agosto de dos mil trece;
- c) COFRESA y ESTUDIOS AZTECA celebraron el CPSP- AZTECA 2013 y COFRESA firmó dicho contrato de conformidad;
- d) previo a la firma de ESTUDIOS AZTECA, dicho agente económico informó a COFRESA que el CPSP- AZTECA 2013 tenía un error y habría que modificarlo;
- e) la modificación de ESTUDIOS AZTECA al contrato versó sobre un clausulado relacionado con derechos de propiedad intelectual, y
- f) COFRESA y ESTUDIOS AZTECA sostuvieron comunicaciones con la finalidad de discutir la modificación del clausulado del CPSP- AZTECA 2013; sin embargo, no se logró un acuerdo entre las partes.

Ahora bien, para demostrar que TV AZTECA hubiera negado el trato a COFRESA a la luz de la fracción V del artículo 10 de la LFCE, y conforme a los hechos denunciados por COFRESA, es necesario que se colme lo siguiente:

- (i) que COFRESA hubiera solicitado a TV AZTECA la venta de los espacios de publicidad en las señales de TV radiodifundida que dicho agente económico opera;
- (ii) que TV AZTECA, de forma unilateral, se haya rehusado a vender a COFRESA espacios de publicidad en sus señales de TV radiodifundida, y
- (iii) que la venta de espacios de publicidad en las señales de TV radiodifundida operadas por TV AZTECA hubiera estado disponible y fuera normalmente ofrecida a terceros.

En este sentido, a continuación se analizarán los factores referidos.

Que COFRESA hubiera solicitado a TV AZTECA la venta de los espacios de publicidad en las señales de TV radiodifundida que dicho agente económico comercializa

De los elementos recabados en la investigación y de conformidad con los hechos relatados anteriormente, se advierte que dicho requisito se colmó, debido a la existencia de una

petición formal por parte de COFRESA para la transmisión de espacios de publicidad, por lo que a continuación se realizará un análisis detallado de los incisos (ii) y (iii) referidos.

Que TV AZTECA se hubiera negado de forma unilateral a vender a COFRESA espacios publicitarios en sus señales de TV radiodifundida

De los resultados de la investigación se observa que el segundo de los supuestos de la fracción V del artículo 10 de la LFCE no se actualiza, es decir, no existe evidencia que apunte a que ESTUDIOS AZTECA se rehusó de forma unilateral a proporcionar a COFRESA el servicio de publicidad en las señales de TV radiodifundida de TV AZTECA.

COFRESA señaló en la DENUNCIÁ que ESTUDIOS AZTECA modificó, sin previo aviso, el CPSP-AZTECA 2013 que la DENUNCIANTE ya había firmado y que además ESTUDIOS AZTECA se negó a celebrar un contrato con COFRESA donde no se insertara la modificación a la cláusula trece de dicho instrumento.

Lo anterior se corroboró con la impresión de los CORREOS COFRESA-ESTUDIOS AZTECA y con la copia simple del CPSP-AZTECA 2013 presentada por la DENUNCIANTE.

En efecto, en respuesta al OFICIO ESTUDIOS AZTECA 011/2015, ESTUDIOS AZTECA presentó la impresión de diversos CORREOS COFRESA-ESTUDIOS AZTECA, de los cuales se desprende que durante agosto y septiembre de dos mil trece sostuvo un proceso de negociación con COFRESA.

Asimismo, la DENUNCIANTE manifestó que no pudo llegar a un acuerdo con ESTUDIOS AZTECA, por lo que no celebró el CPSP-AZTECA 2013, tal y como a continuación se transcribe:

*

[REDACTED]

[REDACTED] (...) ³⁹² (énfasis añadido).

Así, no existen elementos en el EXPEDIENTE que corroboren la supuesta negativa por parte de ESTUDIOS AZTECA de no transmitir el anuncio publicitario de la CAMPAÑA y, en consecuencia, las manifestaciones de COFRESA carecen de sustento. En este tenor, durante el proceso de negociación las partes discutieron los términos y condiciones del CPSP-AZTECA 2013 y las solicitudes de COFRESA fueron atendidas por ESTUDIOS AZTECA; en particular, las referentes a la inserción del anuncio publicitario dentro de la programación de TV AZTECA en el programa "Hechos noche";³⁹³ no obstante, COFRESA no accedió a suscribir el CPSP-AZTECA 2013 con ESTUDIOS AZTECA debido a la modificación a la cláusula trece del mismo.

Así, de la modificación del referido proyecto de contrato no hay elementos que le permitan a este INSTITUTO presumir que la publicidad de COFRESA no sería transmitida por parte de TV AZTECA, pues la modificación a la cláusula trece del CPSP-AZTECA 2013 consideraron elementos dirigidos a salvaguardar el derecho de TV AZTECA para no transmitir mensajes publicitarios que afectaran derechos de terceros o que infringieran disposiciones en materia de derechos de autor, propiedad intelectual, entre otros, situación que según COFRESA la llevó a no firmar dicho contrato.

Asimismo, la modificación a dicha cláusula consideró la posibilidad por parte del cliente de sustituir el anuncio publicitario por otra versión, una vez que fuera revisado el spot por

³⁹² Folio 27.

³⁹³ Folios 1140 y 1142.

consenso entre las partes en el contenido del contrato no se firma el mismo y, por tanto, no se presta el servicio correspondiente por parte de ESTUDIOS AZTECA.

Por otro lado, COFRESA manifestó en la DENUNCIA que "(...) sabía que al firmar el contrato modificado estaría acordando que Grupo Salinas justificará de cualquier forma la no transmisión de sus spots (...)".³⁹⁷

Al respecto, COFRESA no expuso las razones por las cuales consideró que, de aceptar la modificación a la cláusula trece del CPSP-AZTECA 2013, TV AZTECA no transmitiría su anuncio, sino que solo se limitó a manifestar que este último le comentó que ya estaba infringiendo ciertas normas en materia de propiedad intelectual, narrando tal hecho de la siguiente manera:

*"Después de conocer la modificación impuesta unilateralmente por (ESTUDIOS AZTECA), Cofresa buscó a (ESTUDIOS AZTECA) para conocer los motivos y alcance de la misma. De esta forma, existieron un par de llamadas (...) para negociar sobre dicha cláusula, durante las cuales los representantes de (ESTUDIOS AZTECA) mostraron una actitud inamovible, confirmando categóricamente que (ESTUDIOS AZTECA) no aceptaría firmar el contrato sin esa cláusula, pues para ellos resultaba evidente que, actualmente, Cofresa ya estaba, infringiendo ciertas normas de propiedad intelectual (...)"*³⁹⁸

Por su parte, ESTUDIOS AZTECA al responder el OFICIO ESTUDIOS AZTECA 020/2016, indicó lo siguiente:

*"Las violaciones a la Ley Federal del Derecho de Autor en el spot se configuran al mencionarse a los canales 7 y 13, pues con ello se hace uso indirecto y alusión a las marcas de (ESTUDIOS AZTECA) 'Azteca Siete' y 'Azteca Trece', sin contar con la autorización, es decir, se realiza la comunicación y uso público de una obra protegida, situación que encuadra en la fracción I, del artículo 231 del citado ordenamiento legal (...)"*³⁹⁹

No obstante, la modificación al CPSP-AZTECA 2013 establece que, en su caso, TV AZTECA informaría al cliente sobre supuestos incumplimientos a estas normas, sin que esto significara per se una negativa unilateral a ofrecer el servicio, pues igualmente se encuentra la posibilidad de cambiar o modificar los anuncios, o bien, demostrar ante una posible revisión por parte de TV AZTECA que COFRESA contaba con los derechos, licencias, permisos o cualquier otra autorización necesaria para transmitir el anuncio objeto de la CAMPAÑA.

De lo anterior se concluye que, debido a la falta de acuerdo en el alcance del CPSP-AZTECA 2013 entre las partes, no existió una relación contractual entre ESTUDIOS AZTECA y COFRESA. En consecuencia, ESTUDIOS AZTECA no estaba obligada a transmitir publicidad de COFRESA en las señales de TV radiodifundida de TV AZTECA.

Aunado a lo anterior, COFRESA no realizó el pago de la FACTURA-ESTUDIOS AZTECA, incluso cuando el veintitrés de septiembre de dos mil trece, ESTUDIOS AZTECA le comunicó, mediante correo electrónico, que el anuncio publicitario había sido revisado y que estaba "OK", por lo que únicamente faltaba el pago del CPSP-AZTECA 2013 para dar inicio a la transmisión de la CAMPAÑA el día que indicara COFRESA.

De los elementos del EXPEDIENTE se desprende que el hecho de que COFRESA haya enviado el proyecto de CPSP-AZTECA 2013 firmado por parte de sus representantes legales a ESTUDIOS AZTECA no necesariamente vinculaba a ESTUDIOS AZTECA para que transmitiera la CAMPAÑA, toda vez que el proyecto de contrato se encontraba en revisión y nunca fue firmado por

³⁹⁷ Folio 26.

³⁹⁸ Folios 26 y 27.

³⁹⁹ Folio 14179.

parte de sus representantes legales. Así, la firma del CPSP-AZTECA 2013 era un requisito *sine qua non* para poder determinar la existencia de un acuerdo entre las partes, tan es así que, como parte de la comparecencia de [REDACTED] ante este INSTITUTO, se le cuestionó "si tiene conocimiento si en los contratos celebrados entre COFRESA y ESTUDIOS AZTECA en dos mil nueve, dos mil diez y dos mil once, ESTUDIOS AZTECA regresó a COFRESA los contratos firmados por los representantes legales o personas autorizadas para tal efecto por parte de ESTUDIOS AZTECA" a lo cual la compareciente manifestó "(c) así estoy segura que sí".⁴⁰⁰

Por su parte, COFRESA presentó, como parte del DESAHOGO-PREVENCIÓN, copias simples de los siguientes CPSP: (i) [REDACTED]⁴⁰¹ (ii) [REDACTED]⁴⁰² (iii) [REDACTED]⁴⁰³ y (iv) [REDACTED]⁴⁰⁴ Asimismo, como parte de la DENUNCIA presentó copia simple del CPSP-AZTECA 2012.⁴⁰⁵

De dichos documentos se aprecia que todos fueron presentados con las firmas de ambas partes contratantes, con excepción del CPSP [REDACTED] y del CPSP [REDACTED] en los que se observa la falta de las firmas correspondientes a las dos personas autorizadas por parte de TV AZTECA.

Ahora bien, respecto de las firmas correspondientes a los representantes legales de [REDACTED], se advierte que el CPSP celebrado entre [REDACTED] mientras el CPSP celebrado [REDACTED] no fue firmado por la totalidad de las personas autorizadas por COFRESA, al faltar la firma de la "Dirección Comercial" de COFRESA.⁴⁰⁶

Asimismo, se advierte que la factura presentada por COFRESA como pago del CPSP celebrado entre COFRESA y TV AZTECA en [REDACTED] expedida por TV AZTECA,⁴⁰⁷ misma que fue presentada como pago del contrato celebrado entre [REDACTED]⁴⁰⁸ por lo que se puede apreciar que la relación contractual entre COFRESA y TV AZTECA en [REDACTED] se formalizó con el último contrato referido.

Con lo anterior se aprecia que desde dos mil nueve hasta dos mil doce, ESTUDIOS AZTECA y/o TV AZTECA regresaron los CPSP celebrados con COFRESA con las firmas de sus representantes legales autorizados. El hecho de que ESTUDIOS AZTECA no hubiera regresado el CPSP-AZTECA 2013 firmado por parte de sus representantes legales a COFRESA, confirma la falta de acuerdo entre las partes.

Por los elementos anteriormente expuestos, se determina que ESTUDIOS AZTECA no se rehusó de forma unilateral a no transmitir el anuncio publicitario de la CAMPAÑA, sino que no se

⁴⁰⁰ Folio 15964.

⁴⁰¹ Folios 2636 a 2643.

⁴⁰² Folios 2644 a 2651.

⁴⁰³ Folios 2661 a 2667.

⁴⁰⁴ Folios 2672 a 2683.

⁴⁰⁵ Folios 1121 a 1125.

⁴⁰⁶ Folios 2666 y 2667.

⁴⁰⁷ Folio 2663.

⁴⁰⁸ Folio 2654.

concretó alguna relación contractual entre COFRESA y ESTUDIOS AZTECA, de la cual se derivara la obligación de transmitir el anuncio publicitario de la CAMPAÑA.

Conclusión preliminar

Los elementos del EXPEDIENTE no permiten suponer que las acciones de ESTUDIOS AZTECA actualizaron el supuesto normativo previsto en la fracción V del artículo 10 de la LFCE, debido a que las conductas denunciadas no se pueden caracterizar como una denegación unilateral de trato, conforme a lo siguiente:

1. durante el proceso de negociación celebrado entre COFRESA y ESTUDIOS AZTECA no se llegó a un acuerdo respecto a la modificación realizada a la cláusula trece del CPSP-AZTECA 2013;
2. no existe evidencia que apunte a que la modificación realizada por ESTUDIOS AZTECA al CPSP-AZTECA 2013 resultara en la no transmisión del anuncio publicitario de COFRESA;
3. la modificación realizada por ESTUDIOS AZTECA al CPSP-AZTECA 2013 permitía, en su caso, a COFRESA modificar o cambiar su anuncio publicitario, por lo que no existen elementos en el EXPEDIENTE que apuntaran a que ESTUDIOS AZTECA no transmitiría la publicidad de la CAMPAÑA;
3. al no haber llegado las partes a un acuerdo respecto del contenido del CPSP-AZTECA 2013, la versión firmada por COFRESA no fue más que un proyecto, mismo que se encontraba en etapa de revisión por parte del personal de ESTUDIOS AZTECA al momento de la firma de COFRESA, y
4. es una práctica común que ESTUDIOS AZTECA devuelva a sus clientes los contratos firmados, una vez que se llega a un acuerdo entre las partes. En el caso particular, ESTUDIOS AZTECA no firmó el CPSP-AZTECA 2013, situación que acredita la falta de acuerdo entre las partes.

Expuesto lo anterior, toda vez que no se actualizó el supuesto relativo a que ESTUDIOS AZTECA se hubiera rehusado a vender, de manera unilateral, a COFRESA los espacios de publicidad en sus señales de TV radiodifundida, resulta innecesario realizar el análisis respecto del tercer elemento relativo a que la venta de dichos espacios hubiera estado disponible y fuera normalmente ofrecida a terceros.

En virtud de lo anterior, no existen elementos que acrediten que los hechos denunciados constituyeran una práctica monopólica relativa en términos de la fracción V del artículo 10 de la LFCE.

a. Artículo 10, fracción VI de la LFCE: boicot

COFRESA indicó que los hechos denunciados también actualizaban el supuesto establecido en el artículo 10, fracción VI de la LFCE, ya que considera que las acciones realizadas por las DENUNCIADAS se trataban de una concertación entre dos agentes económicos para rehusarse a vender espacios publicitarios en las señales de TV radiodifundida en las que, tanto TELEvisa como ESTUDIOS AZTECA, prestan tales servicios.

En particular, COFRESA señaló que las DENUNCIADAS ejercieron acciones coordinadas para rehusarse a transmitir, a través de sus señales de TV radiodifundida, el anuncio publicitario

de la CAMPAÑA.⁴⁰⁹ Asimismo, COFRESA manifestó que las DENUNCIADAS se concertaron para ejercer presión en su contra y evitar que hiciera del conocimiento del público que transmite TV radiodifundida, para con ello evitar que aumentara su participación en el mercado de TV restringida.

De acuerdo con COFRESA, los hechos que denuncia actualizan el artículo 10, fracción VI de la LFCE, pues considera que diversos actos emprendidos por GRUPO TELEvisa y TV AZTECA, a través de TELEvisa y ESTUDIOS AZTECA, respectivamente, se llevaron a cabo en forma concertada con la finalidad de rehusarse a proporcionarle los servicios de publicidad en las señales de TV radiodifundida.

Al respecto, se deberá demostrar que se configuran los siguientes supuestos a efecto de emplazar a algún agente económico por la probable comisión de una práctica monopólica relativa prevista en la fracción VI del artículo 10 de la LFCE, consistente en "(I) *concertación entre varios agentes económicos o la invitación a éstos, para ejercer presión contra algún agente económico o para rehusarse a vender, comercializar o adquirir bienes o servicios a dicho agente económico, con el propósito de disuadirlo de una determinada conducta, aplicar represalias u obligarlo a actuar en un sentido determinado*":

- (I) que exista una concertación entre varios agentes económicos o la invitación a agentes económicos a llevar a cabo una concertación;
- (II) que dicha concertación o invitación se lleve con la finalidad de:
 - A. ejercer presión en contra de otro agente, o
 - B. para rehusarse a vender, comercializar o adquirir bienes o servicios a dicho agente, y
- (III) que dichas acciones tengan como propósito:
 - 1. disuadir al agente afectado de una determinada conducta,
 - 2. aplicarle represalias, u
 - 3. obligarlo a actuar en un sentido determinado.

En este sentido, tomando en consideración la descripción de los hechos denunciados, para que esta conducta se actualice resultaría necesario que dichos elementos se colmen de la siguiente forma:

- (I) que exista una concertación entre TELEvisa y ESTUDIOS AZTECA o que uno de ellos hubiera invitado al otro a realizarla;
- (II) que dicha concertación o invitación se tradujera en acciones para ejercer presión en contra de COFRESA o para rehusarse a vender, comercializar o adquirir bienes o servicios a COFRESA, y
- (III) que dichas acciones tuvieran como propósito disuadir a COFRESA de alguna conducta, aplicarle represalias, u obligarlo a actuar en un determinado sentido.

Si bien COFRESA considera que los hechos denunciados actualizan dichos supuestos, tales afirmaciones no son comprobables con las constancias del EXPEDIENTE, toda vez no existe elemento alguno con el cual sea posible determinar que existió una concertación entre las

⁴⁰⁹ Folio 52.

DENUNCIADAS para ejercer presión en contra de COFRESA, con el objeto de rehusarse de forma conjunta a venderle espacios publicitarios o con el propósito de obligar a COFRESA a actuar en un sentido determinado, aplicarle represalias o disuadirla de una conducta determinada.

Esto en consideración de lo siguiente:

(i) existió un proceso de negociación entre COFRESA y las DENUNCIADAS de forma independiente, durante los meses de agosto y septiembre de dos mil trece;

(ii) TELEvisa impuso a COFRESA las mismas condiciones de contratación de sus servicios de publicidad que el resto de sus clientes y dichas condiciones son consistentes con el procedimiento que suele seguir para la contratación correspondiente. No obstante, COFRESA no realizó el pago al que se comprometió mediante el CPSP-GTV 2013 y, por lo tanto, TELEvisa no transmitió el anuncio publicitario en sus señales de TV radiodifundida;

(iii) respecto a la negociación entre COFRESA y ESTUDIOS AZTECA, no se observa la realización de una conducta contraria a la LFCE, ya que la DENUNCIANTE interpretó, sin sustento alguno, que la modificación del CPSP-AZTECA 2013 implicaría la no transmisión de su anuncio publicitario en las señales de TV radiodifundida donde comercializa sus servicios ESTUDIOS AZTECA y, por tanto, no hubo acuerdo entre las partes a fin de formalizar el CPSP. Por lo anterior, no hay elementos que demuestren alguna relación contractual de COFRESA con ESTUDIOS AZTECA para el periodo referido, y

(iv) no existen elementos en el EXPEDIENTE para concluir que TELEvisa y ESTUDIOS AZTECA concertaran o existiera una invitación por parte de uno de ellos para rehusarse a vender o comercializar a COFRESA sus servicios de publicidad en TV radiodifundida. Tal como se analizó en apartados anteriores, el hecho de que las DENUNCIADAS no transmitieran el anuncio publicitario de COFRESA encuentra su racionalidad en la falta de formalización por parte de COFRESA en las negociaciones entabladas con GTV y TV AZTECA, respectivamente.

Ahora bien, un elemento coincidente entre los procesos de negociación y contratación que COFRESA sostuvo con cada uno de los agentes proveedores del servicio de publicidad en TV radiodifundida, fue la temporalidad. Ello encuentra su sustento debido a que COFRESA solicitó los servicios publicitarios de TELEvisa y de ESTUDIOS AZTECA en el último cuatrimestre del año dos mil trece.

Ahora bien, el otro elemento coincidente en la supuesta actualización de la fracción VI del artículo 10 de la LFCE, es que ambos proveedores de servicios publicitarios en TV radiodifundida indicaron que la CAMPAÑA contenía menciones que podrían ser violatorias de derechos de propiedad intelectual, industrial y/o derechos de autor de terceros.

Las negociaciones entre COFRESA y las DENUNCIADAS no se concretaron

Como se analizó en el apartado 5.1 anterior, la DENUNCIANTE sostuvo negociaciones con TELEvisa y ESTUDIOS AZTECA durante los meses de agosto y septiembre de dos mil trece, con el fin de contratar los servicios de publicidad en TV radiodifundida que cada uno de dichos agentes económicos comercializa.

En el proceso de negociación con TELEvisa, COFRESA celebró el CPSP-GTV 2013 y del análisis de su contenido se determinó que dicho instrumento jurídico cuenta con los mismos

términos y condiciones que aquellos contratos que TELEVISA celebró con diversos clientes durante el mismo año.

Por su parte, COFRESA condicionó el pago del CPSP-GTV 2013 a que TELEVISA le proporcionara el visto bueno del anuncio publicitario; sin embargo, la necesidad de dicho requisito no se acreditó durante la investigación, sino que fue COFRESA quien decidió no realizar el pago al que se obligó mediante el CPSP-GTV 2013, además de no cumplir con los requisitos de calidad y contenido pre-establecidos para la entrega del anuncio publicitario. Por lo tanto, la falta de transmisión del anuncio publicitario fue consecuencia del incumplimiento de las obligaciones contractuales por parte de COFRESA.

Por otra parte, respecto a las negociaciones entre COFRESA y ESTUDIOS AZTECA, la falta de transmisión del anuncio publicitario de la CAMPAÑA se debió a un desacuerdo entre las partes, el cual tuvo como consecuencia que no se concretara la celebración de un CPSP, toda vez que si bien ambas partes negociaron el contenido del CPSP-AZTECA 2013, ESTUDIOS AZTECA realizó una modificación al contenido de la cláusula trece, por lo que un nuevo proyecto de CPSP fue enviado para firma del representante legal de COFRESA, quien no firmó de conformidad al nuevo proyecto de CPSP. En consecuencia, no existen elementos en el EXPEDIENTE que adviertan una obligación por parte de ESTUDIOS AZTECA de transmitir el anuncio publicitario de COFRESA en las señales donde comercializa sus espacios de publicidad en TV radiodifundida.

Considerando los elementos anteriores, el hecho de que las DENUNCIADAS no hubiesen transmitido la CAMPAÑA de COFRESA, fue consecuencia del incumplimiento por parte de este último agente económico a los términos y condiciones contractuales propuestos por cada uno de los proveedores de los servicios de espacios de publicidad en TV radiodifundida.

No hay elementos en el EXPEDIENTE que acrediten que TELEVISA y ESTUDIOS AZTECA se concertaron para rehusarse a vender o comercializar sus espacios de publicidad en TV radiodifundida a COFRESA

De los hechos analizados en cada una de las negociaciones que COFRESA sostuvo de forma independiente con TELEVISA y con ESTUDIOS AZTECA, no existen elementos en el EXPEDIENTE que permitan concluir a este INSTITUTO que las DENUNCIADAS se concertaron para rehusarse a proporcionar sus servicios de publicidad en TV radiodifundida.

En efecto, las negociaciones para la contratación de publicidad las inició COFRESA en agosto de dos mil trece con TELEVISA y retomó negociaciones en el mismo mes con ESTUDIOS AZTECA. Esto se acredita con las impresiones de los CORREOS GTV-COFRESA y CORREOS TV AZTECA-COFRESA, así como con las manifestaciones de COFRESA en la DENUNCIA.

Dichas negociaciones duraron aproximadamente un mes y, durante ese tiempo COFRESA sostuvo comunicaciones con TELEVISA y ESTUDIOS AZTECA que versaron sobre las tarifas y los términos y condiciones de los CPSP que debía firmar para formalizar la provisión del servicio.

Por otra parte, la situación que generó un desacuerdo entre COFRESA y TELEVISA fue distinta a la problemática que surgió entre COFRESA y ESTUDIOS AZTECA. Mientras que la negociación con TELEVISA se concretó con la firma del CPSP-GTV 2013, con ESTUDIOS AZTECA simplemente no culminó con la celebración de algún CPSP.

Asimismo, COFRESA manifestó en la DENUNCIA que TELEvisa y ESTUDIOS AZTECA argumentaron que el anuncio publicitario de la CAMPAÑA violaba derechos de propiedad intelectual,⁴¹⁰ sin que se advierta que, de haberse ajustado el anuncio publicitario de COFRESA a las condiciones de venta de las DENUNCIADAS, éstas habrían concertado no transmitir la CAMPAÑA en sus señales de TV radiodifundida.

En vista de que en ambos procesos de negociación las partes enfrentaron problemas para concretar la relación contractual, ya sea por la falta de pago por parte de COFRESA o bien por la falta de celebración de un CPSP, el único factor coincidente en ambas situaciones fue la temporalidad de los desacuerdos, la cual está directamente relacionada con la temporalidad en que COFRESA solicitó sus servicios a cada una de las DENUNCIADAS. Así, la cercanía en fechas en que ocurrieron los desacuerdos entre las partes, se debió a las acciones de COFRESA como parte inconforme con el resultado de las negociaciones.

Adicionalmente, en las comparecencias de [REDACTED] * [REDACTED] * y [REDACTED] * se les cuestionó si formaron parte de una concertación entre ESTUDIOS AZTECA y TELEvisa, a lo cual, cada una de ellas, contestó en sentido negativo.

En este tenor, [REDACTED] * negó conocer a algún vendedor de publicidad en TV radiodifundida de TV AZTECA o de ESTUDIOS AZTECA, así como haber tenido contacto con algún vendedor de publicidad en TV radiodifundida de TV AZTECA o de ESTUDIOS AZTECA durante el año dos mil trece, en específico entre los meses de agosto y octubre, tiempo en el cual tuvo a su cargo la cuenta comercial de COFRESA como demandante de los servicios de publicidad de TELEvisa. Asimismo, negó conocer a [REDACTED] * quien en el año dos mil trece tuvo a su cargo la cuenta comercial de COFRESA para ESTUDIOS AZTECA.

"55. Señale si conoce a [REDACTED] *"

No me acuerdo.

56. Señale si conoce a algún vendedor de espacios de publicidad en señales de televisión radiodifundida de TV Azteca, S.A.B. y/o Estudios Azteca, S.A. de C.V. (...)

No conozco ningún vendedor de TV Azteca, S.A.B. y/o Estudios Azteca, S.A. de C.V. maneje un cuenta de [REDACTED] * y trataba con [REDACTED] * y con [REDACTED] * no recuerdo su apellido.

(...)

58. Indique si entre los meses de [REDACTED] * asistió a alguna reunión con personal de ventas de espacios de publicidad en señales de televisión radiodifundida de ESTUDIOS AZTECA.

No⁴¹¹ (énfasis añadido)

Ahora bien, [REDACTED] * durante su comparecencia ante este INSTITUTO, negó conocer a [REDACTED] * y haberse reunido o establecido contacto con algún vendedor de publicidad en TV radiodifundida de TV AZTECA o de ESTUDIOS AZTECA, tal como se transcribe a continuación:

"48. Señale si conoce a [REDACTED] *"

No.

49. Señale si conoce a algún vendedor de espacios de publicidad de TV Azteca, S.A.B. y/o Estudios Azteca, S.A. de C.V. (...)

⁴¹⁰ Folios 22 y 27.

⁴¹¹ Folios 14418 y 14419.

No.

(...)

51. Indique si entre los meses de agosto y octubre de dos mil trece asistió a alguna reunión con personal de ventas de espacios de publicidad en señales de televisión radiodifundida de ESTUDIOS AZTECA.

No⁴¹² (énfasis añadido).

Finalmente, [redacted] *, durante su comparecencia ante este INSTITUTO, negó conocer a [redacted] * y a [redacted] *, así como haberse reunido con algún vendedor de publicidad en TV radiodifundida de TELEvisa, tal como se transcribe a continuación:

37. Señale si conoce a [redacted] *

No.

38. Señale si conoce a [redacted] *

No.

39. Señale si conoce a algún vendedor de espacios de publicidad en señales de televisión radiodifundida de Grupo Televisa, S.A.B. y/o Televisa, S.A. de C.V. (...)

No.

40. Indique si entre los meses de [redacted] * asistió a alguna reunión con personal de ventas de espacios de publicidad en señales de televisión radiodifundida de Televisa.

No⁴¹³ (énfasis añadido).

Por lo anterior, se advierte que esta autoridad no cuenta con elementos suficientes que le permita identificar una conducta de concertación entre ESTUDIOS AZTECA y TELEvisa como proveedores del servicio de publicidad en TV radiodifundida, en contra de COFRESA.

Conclusión preliminar

Por lo anterior, del resultado de la investigación no se encontraron elementos que sustenten las afirmaciones de COFRESA, en el sentido de que TELEvisa y ESTUDIOS AZTECA concertaron a efecto de rehusarse a vender o comercializar con COFRESA sus servicios de venta de espacios de publicidad en TV radiodifundida, toda vez que:

(i) las acciones de TELEvisa y ESTUDIOS AZTECA de no transmitir la publicidad de COFRESA en TV radiodifundida fue resultado del incumplimiento de COFRESA a sus obligaciones como solicitante de los servicios publicitarios de las DENUNCIADAS;

(ii) en la DENUNCIA, COFRESA no presentó elementos que respaldaran su dicho sobre la existencia de una concertación entre TV AZTECA y GTV para rehusarse a venderle espacios de publicidad en TV radiodifundida;

(iii) de las constancias del EXPEDIENTE no se desprende la existencia de comunicación alguna entre TELEvisa y ESTUDIOS AZTECA, relacionada con las conductas denunciadas por COFRESA.

En conclusión, del proceso de negociación que COFRESA sostuvo con las DENUNCIADAS, no se puede inferir que existió una concertación entre éstas con el propósito de rehusarse a

⁴¹² Folio 14441.

⁴¹³ Folio 15589.

vender o comercializar sus espacios publicitarios en TV radiodifundida a COFRESA. Aunado a ello, no se cuenta con elementos en el EXPEDIENTE que permita a esta autoridad suponer que existió la referida concertación, sino por el contrario, existen elementos que justifican el actuar por parte de TELEvisa y ESTUDIOS AZTECA, ya que fue COFRESA quien, de manera voluntaria, decidió no cumplir con el contrato celebrado con TELEvisa y no celebrar el CPSC con ESTUDIOS AZTECA.

En consecuencia, resulta innecesario realizar el análisis respecto del tercer elemento relativo a que las acciones denunciadas tuvieran como propósito disuadir a COFRESA de alguna conducta, aplicarle represalias, u obligarla a actuar en un determinado sentido.

Por tanto, no existen elementos que acrediten que los hechos denunciados constituyeran una práctica monopólica relativa en términos de la fracción VI del artículo 10 de la LFCE.

b. Artículo 10, fracción X de la LFCE: discriminación

COFRESA manifestó que los hechos denunciados también actualizan el supuesto del artículo 10, fracción X de la LFCE, pues considera que los diversos actos emprendidos por las DENUNCIADAS, los cuales se materializan en la no transmisión de publicidad en las señales de TV radiodifundida correspondientes a cada una de ellas, actualizan una discriminación en su contra.

Al respecto, se deberá demostrar que se configuran los siguientes supuestos a efecto de emplazar a agentes económicos por la probable comisión de una práctica monopólica relativa prevista en la fracción X del artículo 10 de la LFCE, consistente en "(e) establecimiento de distintos precios o condiciones de venta o compra para diferentes compradores o vendedores situados en igualdad de condiciones (...)".

(i) que exista un establecimiento de distintos precios o condiciones de venta o compra para diferentes compradores o vendedores, y

(ii) que dichos compradores o vendedores estén situados en igualdad de condiciones.

En particular, COFRESA señaló que otros proveedores del servicio de TV restringida sí pudieron anunciar en señales de TV radiodifundida comerciales similares al suyo, lo que demuestra el establecimiento de distintas condiciones.⁴¹⁴ Asimismo, COFRESA señaló que se encuentra en las mismas condiciones que cualquier otro proveedor del servicio de TV restringida, ya que la única diferencia con los otros proveedores de dicho servicio es que no está relacionada con el GIE AZTECA ni con el GIE TELEvisa.

A continuación se analizarán si las acciones realizadas por cada uno de los agentes denunciados actualizan o no los supuestos de la fracción X del artículo 10 de la LFCE. Con el fin de presentar una exposición clara sobre dichas acciones, se presentan apartados individuales para cada agente económico.

1. TELEvisa

Considerando la descripción de los hechos denunciados, para que esta conducta se entienda actualizada con relación a TELEvisa, resultaría necesario que dichos elementos se colmen de la siguiente forma:

⁴¹⁴ Folio 53.

- (i) que TELEVISA estableciera distintas condiciones de venta o de compra para diferentes compradores o vendedores, y
- (ii) que dichos compradores o vendedores se encuentren en igualdad de condiciones.

Si bien COFRESA considera que los hechos denunciados actualizan dichos supuestos, tales manifestaciones difieren significativamente del resultado de la investigación. De acuerdo con los elementos del EXPEDIENTE y los razonamientos que se exponen a continuación, no es posible determinar que la DENUNCIANTE enfrentó distintas condiciones en la negociación, ni que se encontraba en igualdad de condiciones que los demás clientes de compra de publicidad en TV radiodifundida de TELEVISA.

Esto en consideración de lo siguiente:

- (i) existió un proceso de negociación entre COFRESA y TELEVISA durante agosto y septiembre de dos mil trece;
- (ii) COFRESA y TELEVISA negociaron el CPSP-GTV 2013 en septiembre de dos mil trece;
- (iii) TELEVISA utiliza el CPSP tipo que se encuentra publicado en su página de Internet para la contratación de espacios publicitarios en sus señales de TV radiodifundida;
- (iv) los agentes económicos que son clientes de TELEVISA celebraron CPSP similares al CPSP-GTV 2013 y TELEVISA manifiesta haber recibido los pagos correspondientes, por lo que no se observa que haya enfrentado distintas condiciones, y
- (v) COFRESA no realizó el pago pactado en el CPSP-GTV 2013 y su anuncio publicitario no cumplió con los requisitos de calidad y contenido previamente establecidos, por lo que tampoco se encontraba en las mismas condiciones que el resto de los clientes de TELEVISA, quienes sí cumplieron dichos requisitos.

A continuación se ahondará en los puntos anteriores.

COFRESA no se encontraba en las mismas condiciones que otros agentes económicos que contrataron espacios de publicidad en las señales donde TELEVISA comercializa espacios publicitarios

COFRESA y TELEVISA sostuvieron un proceso de negociación para la comercialización de espacios de publicidad en las señales de TV radiodifundida relacionadas con TELEVISA. De dichas negociaciones, COFRESA y TELEVISA suscribieron el CPSP-GTV 2013, el cual obligaba a TELEVISA a proveer el servicio de publicidad a COFRESA a cambio del pago de una contraprestación.

A través del OFICIO TELEVISA 067/2015, este INSTITUTO requirió a TELEVISA para que presentara copias simples de los CPSP que celebró durante el periodo comprendido entre los años dos mil once a dos mil quince,⁴¹⁵ y aquéllos que celebró con agentes económicos relacionados con el sector telecomunicaciones.⁴¹⁶

⁴¹⁵ Folios 11354 y 11355.

⁴¹⁶ El requerimiento versó en el siguiente sentido: "(...) 7. Proporcione los nombres o razones sociales de todos los agentes económicos prestadores de servicios relacionados con los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, incluyendo intermediarios, o en cuyos spots se hayan publicitado servicios relacionados a dichos sectores, que hayan contratado los servicios publicitarios en televisión radiodifundida de su representada, entre los años dos mil once a la fecha de emisión del

sino que son distintas modalidades de comercialización de espacios publicitarios en virtud del tipo de cliente y volumen de publicidad adquirido. En este sentido, en el PLAN COMERCIAL 2013 especifica las características de dichas modalidades de compra de la siguiente manera:

"Modalidades de Compra

C. *Plan Anticipado*

- *Compra anual con costo trimestra fijo*
- *Costo por spot para las Redes nacionales 2, 5 y 9, Foro TV, bloqueos en donde exista capacidad de hacerlo (ver Plan Comercial Tv Regional) y transmisión en televisoras locales.*
- *Participación en el programa de espacios garantizados.*

La fecha límite para cerrar la negociación de plan anticipado es el 30 de noviembre de 2012; así mismo los pagos deberán recibirse hasta esa fecha.

D. *Compra Libre*

- *Aplican tarifas trimestrales en costo por spot que serán publicadas en su oportunidad.*
- *No aplica el programa de espacios garantizados.*
- *Las inversiones adicionales se negociarán con tarifas "Compra Libre".⁴¹⁸*

En este sentido, se advierte que TELEvisa comercializa sus espacios publicitarios en diferentes modalidades en virtud del volumen de compra y las necesidades de sus clientes, lo cual tiene implicaciones en el precio de venta y las fechas de pago, principalmente;⁴¹⁹ sin embargo, estas no resultan discriminatorias toda vez que a aquellos clientes que opten por la misma modalidad de compra les aplican las mismas condiciones, e incluso, existen condiciones aplicables a ambas modalidades por igual, como son las condiciones de calidad y contenido, entre otras.

De lo anterior se desprende que todos los clientes que celebraron un CPSP para la transmisión de publicidad en las señales de TV radiodifundida relacionadas con TELEvisa, tenían los mismos derechos y obligaciones con los que contaba COFRESA al momento de celebrar el CPSP-GTV 2013. Así, los agentes económicos que contrataron espacios de publicidad con TELEvisa se obligaron a efectuar el pago; entregar su material en un formato predeterminado; ser responsables por el contenido de su publicidad, y, en su caso, obtener los permisos necesarios para la transmisión de sus anuncios, entre otras cuestiones, tal y como se refiere en los CPSP-TELECOM celebrados entre GTV y diversos agentes económicos.

Aunado a lo anterior, en respuesta al OFICIO TELEvisa 014/2015, TELEvisa presentó

[REDACTED]

Mediante el OFICIO [REDACTED] 027/2015, OFICIO [REDACTED] 051/2015 y el OFICIO [REDACTED] 056/2015, este INSTITUTO requirió a [REDACTED] respectivamente, información relacionada con los gastos en publicidad que sus representadas erogaron durante el periodo comprendido entre los años dos mil once a dos mil quince. Al respecto, dichos agentes económicos afirmaron

⁴¹⁸ PLAN COMERCIAL 2013, folio 7422.

⁴¹⁹ Por ejemplo, aquellos clientes de TELEvisa que optan por la modalidad de "plan anticipado" deben hacer el pago por vencimiento de pagos en una fecha determinada, previo al inicio del año calendario de que se trate; mientras los clientes que optan por la modalidad de "compra libre" deben hacer el pago de conformidad con lo establecido en el CPSP celebrado entre las partes.

⁴²⁰ Folios 9027 a 9029, 9032 y 9033.

Expuesto lo anterior, diversos agentes económicos tuvieron que llevar a cabo procedimientos similares al enfrentado por COFRESA, es decir, coinciden en que primero se establecen las tarifas entre las partes y, posteriormente, TELEvisa emite la factura para proceder a realizar el pago correspondiente, o bien, se toma de un fondo de prepago que debe contar con saldo.

De la información proporcionada por [REDACTED] y [REDACTED], relacionada con los gastos en publicidad que erogaron durante el periodo comprendido entre los años dos mil once a dos mil quince y los CPSP que celebraron con TELEvisa, se observa que, a diferencia de COFRESA, dichos agentes económicos **sí realizaron los pagos a los cuales se comprometieron en sus respectivos CPSP** y, en consecuencia, TELEvisa transmitió sus anuncios publicitarios.

Ahora bien, de conformidad con diversas manifestaciones realizadas por COFRESA, dicho agente económico no realizó el pago establecido en el CPSP-GTV 2013, toda vez que TELEvisa no le proporcionó el visto bueno del anuncio publicitario de la CAMPAÑA; sin embargo, como se señaló anteriormente, esto no era un requisito (ni de *jure* ni de *facto*), ni fue mencionado por [REDACTED] o [REDACTED] como un requisito para realizar el pago estipulado en sus respectivos CPSP.

Conclusión preliminar

En este sentido, no es posible considerar que COFRESA se encontraba en igualdad de condiciones a los otros agentes económicos de los cuales sí fue transmitida su publicidad en las señales relacionadas con TELEvisa. Lo anterior, toda vez que COFRESA no cumplió con las obligaciones que adquirió tras la firma del CPSP-GTV 2013, ni con los requisitos técnicos estipulados en el PLAN COMERCIAL 2013, las cuales fueron idénticas a las que tenían que cumplir los demás clientes de TELEvisa.

En consecuencia, de los elementos que obran en el EXPEDIENTE no es posible concluir que COFRESA se encontraba en las mismas condiciones de compra que otros clientes de TELEvisa, ya que la condición/primordial para que dicho agente económico pudiera proveer el servicio de publicidad en señales de TV radiodifundida era el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el CPSP correspondiente, tal y como en el caso particular lo era el CPSP-GTV 2013, firmado de conformidad por COFRESA.

Por lo anterior, no resulta procedente concluir que las acciones de TELEvisa actualizaron el supuesto normativo previsto en la fracción X del artículo 10 de la LFCE, debido a que COFRESA no se encontraba en igualdad de condiciones que otros agentes económicos, al no haber realizado el pago correspondiente, mismo que se estipuló y aceptó en el CPSP-GTV 2013.

E. ESTUDIOS AZTECA

Respecto a ESTUDIOS AZTECA, COFRESA afirmó que la fracción X del artículo 10 de la LFCE se actualiza en virtud de las mismas consideraciones expresadas para el caso de TELEvisa, es decir, que dicho agente sí transmitió la publicidad de otros agentes económicos con comerciales similares a las de la DENUNCIANTE.

No obstante, de los elementos recabados durante la investigación, no es posible afirmar que las acciones de ESTUDIOS AZTECA actualizan la fracción X del artículo 10 de la LFCE, ya que la DENUNCIANTE no se encontraba en igualdad de condiciones que los demás clientes de compra

de publicidad en TV radiodifundida de ESTUDIOS AZTECA, en atención a las siguientes consideraciones:

- (i) existió un proceso de negociación entre COFRESA y ESTUDIOS AZTECA durante los meses de agosto y septiembre de dos mil trece;
- (ii) durante el proceso de negociación, COFRESA firmó el CPSP-AZTECA 2013 y envió el mismo para la firma del representante legal de ESTUDIOS AZTECA; no obstante, ESTUDIOS AZTECA modificó dicho instrumento jurídico y envió un nuevo proyecto del mismo con la adición de un párrafo a la cláusula trece;
- (iii) COFRESA no aceptó firmar el nuevo proyecto de contrato con la modificación a la cláusula trece, por lo que no celebró ningún contrato con ESTUDIOS AZTECA para el servicio de publicidad en sus señales de TV radiodifundida;
- (iv) no hay evidencia de que la modificación a la cláusula trece del CPSP-AZTECA 2013 se tradujera en una negativa por parte de ESTUDIOS AZTECA a transmitir la publicidad de COFRESA;
- (v) ESTUDIOS AZTECA ofrece su servicio de publicidad en TV radiodifundida bajo la celebración de un CPSP con todos sus clientes, y
- (vi) COFRESA no celebró un CPSP con ESTUDIOS AZTECA y, en consecuencia, no se encontraba en las mismas condiciones que el resto de los clientes de ESTUDIOS AZTECA.

COFRESA no se encontraba en las mismas condiciones que otros agentes económicos que contrataron espacios de publicidad en las señales donde ESTUDIOS AZTECA comercializa dichos espacios

COFRESA sostuvo negociaciones con ESTUDIOS AZTECA durante los meses de agosto y septiembre de dos mil trece, con el fin de contratar los servicios de publicidad en sus señales de TV radiodifundida. Asimismo, COFRESA precisó que firmó el CPSP-AZTECA 2013; sin embargo, con posterioridad a la firma del contrato sólo por parte del representante legal de COFRESA, ESTUDIOS AZTECA modificó la cláusula trece, situación que COFRESA no aprobó, y, por tanto, no celebró contrato alguno con ESTUDIOS AZTECA.

Con el objeto de conocer el proceso de comercialización de espacios publicitarios, este INSTITUTO requirió a ESTUDIOS AZTECA mediante el OFICIO ESTUDIOS AZTECA 011/2015, para que describiera "(...) el procedimiento que deben realizar los agentes económicos que deseen contratar la prestación de servicios publicitarios en las señales de televisión radiodifundida donde comercializa dichos servicios".⁴²⁷

Al respecto, ESTUDIOS AZTECA contestó:

[REDACTED]

[REDACTED]

*

*

*

*

*

*

⁴²⁸

Del mismo modo, se requirió a ESTUDIOS AZTECA que indicara "(...) cuáles son las razones, criterios o motivos por los cuales ESTUDIOS AZTECA puede determinar no prestar dicho servicio."⁴²⁹

A lo que ESTUDIOS AZTECA respondió:

"Respecto de las 'razones, criterios o motivos por los cuales Estudios Azteca puede determinar no prestar dicho servicio', se informa a ese H. instituto que (ESTUDIOS AZTECA) puede tomar en cuenta los siguientes elementos:

- a) Si derivado de la negociación del contrato no hay acuerdo entre las partes, no se lleva a cabo la celebración del contrato y tampoco existe la prestación de servicio alguno.
- b) Si el cliente no cumple con algunos de los requerimientos regulatorios detallados en este punto, dicho material no puede ser transmitido hasta que se tenga el aviso, permiso o autorización necesario según sea el caso.
- c) Si el cliente no acepta las condiciones del contrato de prestación de servicios publicitarios.

(...).⁴³⁰ (Énfasis añadido)

De lo anterior se desprende que es requisito la celebración de un CPSP, para que los clientes de ESTUDIOS AZTECA puedan disfrutar del servicio de espacios de publicidad, en el cual se establecerán los términos y condiciones de la relación contractual, las fechas y montos de los pagos pactados, así como la vigencia del mismo.

Por otra parte, a través del OFICIO ESTUDIOS AZTECA/011/2015, este INSTITUTO requirió a ESTUDIOS AZTECA para que presentara en formato PDF diversos CPSP que hubiese celebrado durante el periodo comprendido entre los años dos mil once a dos mil quince, en los siguientes términos:

"(...) "16. Proporcione en formato digital todos los contratos de prestación de servicios publicitarios que su representada celebró en el periodo de dos mil doce a dos mil quince. Para dar respuesta a este numeral, presente la información legible en archivo electrónico con formato 'pdf' (lector Adobe Acrobat) en disco compacto"⁴³¹ (énfasis añadido).

En desahogo a dicho oficio, ESTUDIOS AZTECA presentó varios CPSP, de los cuales este INSTITUTO identificó que diversos agentes económicos relacionados con el sector telecomunicaciones

⁴²⁸ Folios 5248 y 5249.

⁴²⁹ Folio 5218.

⁴³⁰ Folios 5253.

⁴³¹ Folio 5219.

contrataron los servicios de espacios de publicidad en TV radiodifundida para el periodo comprendido entre los años dos mil doce a dos mil quince, mismos que se enlistan a continuación:⁴³²

- 1) [Redacted] *
- [Redacted] *

En consecuencia, este INSTITUTO requirió a [Redacted] * y [Redacted] * información relacionada con los gastos en publicidad que sus representadas erogaron durante el periodo comprendido entre los años dos mil once a dos mil quince, así como los documentos o instrumentos jurídicos que amparaban dichos gastos.

Al respecto, dichos agentes económicos exhibieron información sobre los gastos en espacios de publicidad en señales de TV radiodifundida, así como copia simple de los CPSP que celebraron con ESTUDIOS AZTECA y afirmaron que ESTUDIOS AZTECA fue uno de sus proveedores de publicidad en diversos años.

Las características de dichos CPSP se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 14. Modalidad de pago considerada en los CPSP celebrados con ESTUDIOS AZTECA entre dos mil once y dos mil quince.

Agente Económico	Proveedor de servicios publicitarios	Vigencia	Observaciones
[Redacted] *	[Redacted] *	[Redacted] *	[Redacted] *
[Redacted] *	[Redacted] *	[Redacted] *	[Redacted] *
		[Redacted] *	[Redacted] *
		[Redacted] *	[Redacted] *
		[Redacted] *	[Redacted] *
		[Redacted] *	[Redacted] *
		[Redacted] *	[Redacted] *
		[Redacted] *	[Redacted] *
		[Redacted] *	[Redacted] *
		[Redacted] *	[Redacted] *

Por otro lado, de acuerdo con la información relacionada con el proceso de negociación entre COFRESA y ESTUDIOS AZTECA, en el año dos mil doce la DENUNCIANTE celebró el CPSP-AZTECA 2012 y realizó el pago de la factura que amparaba el servicio de espacios de publicidad en

⁴³² Folio 9049.

las señales de TV radiodifundida relacionadas con ESTUDIOS AZTECA. De lo anterior se advierte que COFRESA conocía los requerimientos necesarios para que procediera la transmisión de su anuncio publicitario en TV radiodifundida.

Así, las relaciones de ESTUDIOS AZTECA con sus clientes y la voluntad de las partes de cumplir los respectivos derechos y obligaciones quedan plasmados en un CPSP, que brinda certeza jurídica a ambas partes en la comercialización de dicho servicio y establece el pago de una contraprestación.

En el caso particular, se observa que en el año dos mil trece no se celebró el CPSP entre ESTUDIOS AZTECA y COFRESA, en virtud de que este último consideró que aceptar la modificación realizada por ESTUDIOS AZTECA a la cláusula trece del CPSP-AZTECA 2013, le permitiría impedir la transmisión de su anuncio publicitario.

No obstante, no existen elementos en el EXPEDIENTE que apunten a que dicha modificación tuviera como finalidad impedir la transmisión del anuncio de COFRESA, siendo que la misma consistió en agregar un párrafo, relativo a que ESTUDIOS AZTECA se reservaba el derecho de no transmitir mensajes publicitarios que afectara derechos de terceros o infringieran disposiciones en materia de derechos de autor, propiedad intelectual, telecomunicaciones, radiodifusión, salubridad y demás aplicables a la transmisión de anuncios y contenidos.

Asimismo, en dicha modificación se estipuló que ESTUDIOS AZTECA informaría sobre la improcedencia de las versiones de los anuncios publicitarios, para que el cliente los sustituyera por otra versión, la cual de igual forma sería revisada por ESTUDIOS AZTECA.

Finalmente, refirió que la no transmisión de los anuncios publicitarios por parte de ESTUDIOS AZTECA no podría constituir un incumplimiento, ya que la prestación de los servicios contratados se reanudaría hasta que se contara con una versión que no configurara alguno de los casos de improcedencia referidos.

Por tanto, de dicha modificación no se observa que la DENUNCIANTE enfrentara distintas condiciones en la negociación, ni que se encontrara en igualdad de condiciones que los demás clientes de compra de publicidad en TV radiodifundida de ESTUDIOS AZTECA.

Si bien dicho párrafo se insertó en el segundo proyecto de CPSP enviado por ESTUDIOS AZTECA a COFRESA, del mismo no se observa una diferenciación en cuanto a la finalidad de la cláusula anterior, ya que la misma refería que ESTUDIOS AZTECA y/o cualquiera de sus afiliadas no estaban obligadas a transmitir publicidad que fuera contraria a ciertos ordenamientos jurídicos, entre los que se encontraba la Ley Federal del Derecho de Autor y la Ley de la Propiedad Industrial.

Asimismo, dicha cláusula estipulaba que el cliente se comprometía a sacar en paz y a salvo a ESTUDIOS AZTECA en caso de cualquier reclamación de naturaleza administrativa, judicial, penal o extrajudicial, así como responder de las sanciones y los daños y/o perjuicios que el incumplimiento del cliente ocasionara, así como las costas judiciales.

Dichas obligaciones subsistieron en la modificación a la cláusula trece del proyecto del CPSP, por lo que la única parte añadida consistió en la implementación de un mecanismo de verificación de los anuncios que transmitiría ESTUDIOS AZTECA, sin que se advierta en la misma alguna diferenciación que le impidiera a COFRESA contratar con ESTUDIOS AZTECA la comercialización de espacios publicitarios, respecto de otros agentes económicos y, en

consecuencia, la misma no podría ser considerada como una condición de venta distinta o una discriminación para la comercialización de dichos servicios.

Conclusión preliminar

De lo expuesto anteriormente se advierte que no existen elementos en el EXPEDIENTE que acrediten siquiera a nivel presuntivo que la modificación de la cláusula trece del CPSP-AZTECA 2013 implicara una discriminación hacia COFRESA, toda vez que fue dicho agente económico quien dio por terminadas las negociaciones con ESTUDIOS AZTECA y decidió no celebrar el CPSP, realizando conjeturas sobre las acciones que supuestamente realizaría ESTUDIOS AZTECA para no transmitir la CAMPAÑA a partir de la inclusión de dicho párrafo en la cláusula trece referida.

Por lo anterior, se concluye que no existen elementos suficientes para determinar que, por un lado, ESTUDIOS AZTECA estableciera distintas condiciones de venta a COFRESA y, por otro lado, se encontraba COFRESA en igualdad de condiciones que los demás clientes de ESTUDIOS AZTECA, por lo que, en este caso, no se configura el supuesto normativo de la fracción X del artículo 10 de la LFCE.

c. Artículo 10, fracción XI de la LFCE: obstaculización del proceso productivo y reducción de la demanda

De acuerdo con las manifestaciones de COFRESA en la DENUNCIA y que han sido referidas con anterioridad, los hechos denunciados podrían actualizar el supuesto del artículo 10, fracción XI de la LFCE, pues considera que los actos realizados por las DENUNCIADAS, consistentes en evitar que la publicidad de sus servicios fuese transmitida en las señales de TV radiodifundida que estas tienen concesionadas, actualizan una obstaculización en el proceso productivo de COFRESA y reducen su demanda en el mercado de TV restringida.

En particular, COFRESA señaló que las acciones de las DENUNCIADAS encaminadas a no permitirle transmitir la publicidad de sus servicios en TV radiodifundida, ocasionaron una reducción en su demanda y obstaculizaron su proceso productivo, toda vez que dichas acciones por parte de las DENUNCIADAS ocasionaron que la población tuviera la impresión de que en el mercado existe una cantidad reducida de opciones de proveedores del servicio de TV restringida con quienes podían contratar tal servicio.⁴³³ Adicionalmente, COFRESA señaló que el hecho de no transmitir su publicidad en TV radiodifundida le obligó a invertir cantidades mayores en el rubro de publicidad de sus servicios en otros medios de comunicación, los cuales no tienen el mismo impacto que la TV radiodifundida.⁴³⁴

Al respecto, se deberá demostrar "(l) a acción de uno o varios agentes económicos cuyo objeto o efecto, directo o indirecto, sea incrementar los costos u obstaculizar el proceso productivo o reducir la demanda que enfrentan sus competidores".

A pesar de lo anterior, resulta innecesario analizar dicho supuesto, ya que como quedó estipulado en el apartado 5.1 de la presente resolución, la no transmisión de la CAMPAÑA en las señales de TV radiodifundida en que TELEvisa y ESTUDIOS AZTECA comercializan sus servicios publicitarios obedece al hecho de que COFRESA no cumplió con las condiciones contractuales o de negociación con dichos proveedores del servicio de espacios de publicidad en TV radiodifundida.

⁴³³ Folios 54 y 55.

⁴³⁴ Folio 55.

En el caso de su relación con TELEvisa, a pesar de haber celebrado el CPSP-GTV 2013, COFRESA no pagó la contraprestación pactada por los servicios contratados; mientras que con ESTUDIOS AZTECA no formalizó el CPSP como instrumento jurídico necesario para que dicho agente económico se obligara a transmitir la CAMPAÑA, ya que consideró que la modificación de la cláusula trece de dicho contrato tenía la finalidad de no transmitir su anuncio publicitario.

En este sentido, en el supuesto caso que COFRESA hubiera enfrentado una obstaculización en su proceso productivo, o bien, una reducción en su demanda, esa situación sería atribuible únicamente a la conducta de COFRESA, consistente en no cumplir con las condiciones contractuales o de negociación de las DENUNCIADAS, las cuales no actualizan los supuestos normativos referidos por la DENUNCIANTE.

Por otra parte, como se expuso anteriormente, no existen elementos en el EXPEDIENTE que permitan identificar una acción de GTV, de forma autónoma o través de TELEvisa, y/o una acción de TV AZTECA, de forma autónoma o través de ESTUDIOS AZTECA, que tuvieran el objeto o el efecto de obstaculizar el proceso productivo de COFRESA, toda vez que fue voluntad de COFRESA no corresponder con la obligación pactada en el CPSP-GTV 2013; y de igual forma, COFRESA decidió no continuar con la negociación del contenido del CPSP-AZTECA 2013, es decir, que al no concluir el procedimiento de contratación con las DENUNCIADAS, COFRESA truncó la posibilidad de que su CAMPAÑA fuese transmitida en las señales de TV radiodifundida en que las DENUNCIADAS comercializan sus servicios en espacios de publicidad.

Conclusión preliminar

Por lo anterior, no se encontraron elementos que sustenten las afirmaciones de COFRESA en el sentido de haberse visto afectada en su proceso productivo o en la reducción de la demanda de sus servicios, como consecuencia de alguna acción cometida por parte de las DENUNCIADAS, ya que el hecho de que no se transmitiera la publicidad de COFRESA en TV radiodifundida fue resultado de circunstancias imputables a la misma DENUNCIANTE, las cuales no permitieron concretar la venta de espacios publicitarios que, tanto TELEvisa como ESTUDIOS AZTECA, comercializan en diversas señales de TV radiodifundida, y

En virtud de lo anterior, no se logra acreditar que los hechos denunciados constituyeran una práctica monopólica relativa prevista en la fracción XI del artículo 10 de la LFCE.

Sexta. Incumplimiento de condiciones del EXPEDIENTE CONDICIONES

COFRESA realizó diversas manifestaciones en la DENUNCIA respecto al incumplimiento de las condiciones impuestas en el EXPEDIENTE CONDICIONES. Al respecto, señaló que la negativa injustificada para prestar el servicio de publicidad en TV radiodifundida a COFRESA, por parte del GIE AZTECA y del GIE TELEvisa se encontraba en contravención de las condiciones referidas y, por tanto, constituían una concentración prohibida por parte de las DENUNCIADAS.

A pesar de ello, es un hecho notorio para este PLENO que mediante resolución emitida el nueve de diciembre de dos mil catorce, dentro del EXPEDIENTE CONDICIONES resolvió lo siguiente.⁴³⁵

⁴³⁵ Copias certificadas de dicha resolución se integraron al EXPEDIENTE mediante acuerdo de quince de septiembre de dos mil dieciséis. Folios 15626 a 15657.

"Primero.- En cumplimiento de la Ejecutoria, se dejan insubsistentes las Resoluciones emitidas por el Pleno de la CFC, dentro del recurso de reconsideración E-IFT/UC/RR/0002/2013 y acumulado, de fechas veintisiete de junio de dos mil trece y el seis de junio de dos mil doce.

(...)

Tercero.- Se revocan las Resoluciones y se tiene por no objetada ni sujeta a condición alguna la concentración notificada en el Expediente".

En este sentido, las condiciones impuestas en dicho expediente se dejaron sin efectos en cumplimiento de una sentencia del PJF, por lo que resulta improcedente el análisis de los argumentos formulados por la DENUNCIANTE.⁴³⁶

Séptima. Valoración de pruebas

En el presente apartado se analizan los elementos existentes en las constancias del EXPEDIENTE y que sustentan el cierre del mismo,⁴³⁷ ya que con éstos no es posible acreditar la probable existencia de prácticas monopólicas relativas previstas en el artículo 10, fracciones V, VI, X y XI de la LFCE, y, en consecuencia, determinar la probable responsabilidad de agente económico alguno.

Dichos elementos consisten en aquéllos que fueron aportados en la DENUNCIA y los recabados por la AUTORIDAD INVESTIGADORA durante el procedimiento de investigación correspondiente, tal y como se detalla a continuación:

7.1 Elementos aportados por la DENUNCIANTE

La DENUNCIANTE presentó diversos elementos en la DENUNCIA, en el DESAHOGO-PREVENCIÓN, así como en sus respuestas al OFICIO COFRESA 003/2015 y al OFICIO COFRESA 019/2016, con la finalidad de acreditar los hechos denunciados.

En el presente numeral se valorarán dichos elementos:

Documentales privadas

Las documentales descritas en los incisos a) a c) del presente numeral fueron presentados como parte de los escritos presentados por COFRESA ante esta autoridad y, por tanto, se les otorga el valor probatorio de documentales privadas en términos de los artículos 93, fracción III, 133, 136, 197, 203, 204, 208 y 210 del CFPC, toda vez que se trata de información generada y aportada por el representante legal de la DENUNCIANTE. En este sentido, al tratarse de documentales privadas, prueban plenamente en contra de quien las presentó, en este caso la DENUNCIANTE.

⁴³⁶ En específico, en virtud de la ejecutoria emitida el seis de noviembre de dos mil catorce por el Décimo Tribunal Colegiado en Materia Administrativa del Primer Circuito, en el recurso de queja Q.A. 112/2013, mediante la cual se precisó la forma y términos para dar cumplimiento a la ejecutoria de amparo emitida en el quince de octubre de dos mil doce en el expediente 713/2012, tramitado ante el Juzgado Segundo de Distrito del Centro Auxiliar de la Primera Región.

⁴³⁷ Sirve de apoyo la siguiente tesis emitida por el PJF: "PRUEBAS, OBLIGADA RELACION CON LA LITIS. El órgano jurisdiccional sólo puede legalmente valorar las pruebas que tengan relación con la litis, según el principio establecido por el artículo 79 del Código Federal de Procedimientos Civiles, supletorio del procedimiento contencioso en términos del artículo 197 del Código Fiscal de la Federación. Esto es, el juzgador no incurre en ilegal falta de valoración, cuando las pruebas invocadas no tienen relación con los hechos controvertidos". Tesis Aislada con número de registro 248,051, publicada en el Semanario Judicial de la Federación, Séptima Época, Volumen 205-216 Sexta Parte, página 397. Amparo en revisión 1755/85. Motores Fraccionales, S.A. veintitrés de enero de mil novecientos ochenta y seis (énfasis añadido).

a) DENUNCIA⁴³⁸

El veintinueve de enero de dos mil catorce COFRESA presentó la DENUNCIA, mediante la cual realizó diversas manifestaciones⁴³⁹ con las que pretendió sustentar la comisión de las supuestas prácticas monopólicas relativas previstas en el artículo 10, fracciones V, VI, X y XI de la LFCE, por parte de GRUPO TELEvisa y ESTUDIOS AZTECA.

Entre las manifestaciones más relevantes plasmadas por COFRESA en la DENUNCIA, se encuentra aquella relacionada con las negociaciones sostenidas con ESTUDIOS AZTECA y la modificación al contenido del CPSP-AZTECA 2013, la cual se transcribe a continuación:

"(...) Cofresa sabía que al firmar el contrato modificado estaría acordando que Grupo Salinas justificara de cualquier forma la no transmisión de sus spots (...)

(...) Cofresa no aceptó los nuevos términos impuestos arbitrariamente por (ESTUDIOS AZTECA) (...)"⁴⁴⁰

De lo anterior se desprende que la DENUNCIANTE interpretó, *motu proprio*, que al firmar la modificación que ESTUDIOS AZTECA hizo a la cláusula trece del CPSP-AZTECA 2013, ESTUDIOS AZTECA no transmitiría la CAMPAÑA en sus señales de TV radiodifundida y, por lo tanto, no dio seguimiento a la negociación con ESTUDIOS AZTECA para que se llevara a cabo la transmisión de la CAMPAÑA, tal como se señaló en el apartado 5.1 de la presente resolución. Estas manifestaciones se administran con las comparecencias de [REDACTED] y [REDACTED], para demostrar que fue COFRESA quien no aceptó los cambios del CPSP-AZTECA 2013, debido a la modificación de la cláusula trece del mismo.

Por otra parte, para el caso de las negociaciones con TELEvisa, la DENUNCIANTE manifestó lo siguiente:

"(...) Después de discutir los términos y condiciones del contrato, en ese mismo mes las partes acordaron la firma de un Contrato de Prestación de Servicios Publicitarios ("CPSP de septiembre de 2013"), con el fin de transmitir por televisión abierta la (CAMPAÑA).

Así, el 25 de septiembre de 2013 Cofresa entregó físicamente a Grupo Televisa: tres juegos originales del Contrato de Prestación de Servicios firmado (...)"⁴⁴¹

"(...) el 3 de octubre, Grupo Televisa envió a Cofresa una versión original del contrato, en la que consta la firma de los representantes legales de ambas empresas (...) así como los datos bancarios para el respectivo pago (...)"⁴⁴²

"(...) cuando en realidad el no pago por parte de Cofresa se debió a la negativa por parte de Grupo Televisa de aprobar la calidad del spot (...) lo cual (...) era una circunstancia necesaria para que mi Representada hiciera el pago (...)"⁴⁴³

De lo anterior se desprende que existió un proceso de contratación entre COFRESA y TELEvisa referente a la transmisión de la CAMPAÑA, descrito a lo largo de la presente resolución. Asimismo, estas manifestaciones se administran con las comunicaciones vía correo electrónico que sostuvieron personal de ambos agentes económicos, conforme a las impresiones de los CORREOS COFRESA- TELEvisa.

⁴³⁸ Folios 1 a 76.

⁴³⁹ COFRESA presentó diversos elementos como parte de la DENUNCIA; sin embargo, cada uno será valorado por separado en este numeral y en el apartado que por orden corresponda.

⁴⁴⁰ Folios 26 y 27.

⁴⁴¹ Folio 21.

⁴⁴² *Ídem*.

⁴⁴³ *Ídem*.

Finalmente, de dichas manifestaciones se desprende que, a pesar del proceso de contratación relacionado con la prestación de los servicios publicitarios en TV radiodifundida provistos por TELEvisa, COFRESA no realizó el pago pactado en el CPSP-GTV 2013, por lo que fue la DENUNCIANTE quien se alejó de dichas negociaciones y no cumplió con lo estipulado en tal instrumento jurídico, tal como se señala en el numeral 5.1 de la presente resolución.

b) DESAHOGO-PREVENCIÓN⁴⁴⁴

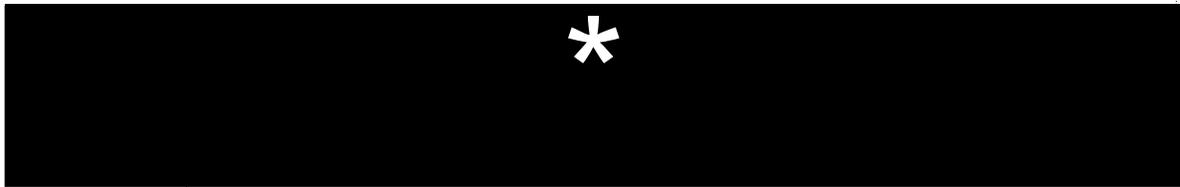
El doce de marzo de dos mil catorce, la DENUNCIANTE presentó un escrito mediante el cual contestó la prevención formulada en el acuerdo de catorce de febrero de dos mil catorce⁴⁴⁵ y en el mismo realizó manifestaciones adicionales a su DENUNCIA, con la finalidad de demostrar "que GTV (continuaba) negando (a COFRESA) los servicios de publicidad sin justificación válida".⁴⁴⁶

En este sentido, el DESAHOGO-PREVENCIÓN fue presentado por COFRESA con el objeto de demostrar la continuidad de la práctica por parte de GTV, así como para desahogar la prevención formulada por la AUTORIDAD INVESTIGADORA.

c) Respuesta al OFICIO COFRESA 003/2015⁴⁴⁷

Mediante escritos presentados ante este INSTITUTO el veinticuatro de febrero⁴⁴⁸ y el veinticuatro de marzo,⁴⁴⁹ ambos de dos mil quince, COFRESA dio cumplimiento al requerimiento de información contenido en el OFICIO COFRESA 003/2015. En particular, resultan relevantes las manifestaciones de la DENUNCIANTE contenidas en el Anexo 8 de su escrito de veinticuatro de febrero de dos mil quince, en respuesta al numeral 8 del oficio en comento, misma que se transcribe a continuación:

*



(...)

*



*



*



*



* ⁴⁵⁰ (énfasis añadido)



⁴⁴⁴ Folios 2551 a 2572.

⁴⁴⁵ COFRESA presentó diversos elementos como parte del DESAHOGO-PREVENCIÓN; sin embargo, cada uno será valorado por separado en este numeral y en el apartado que por orden corresponda.

⁴⁴⁶ Folio 2719. COFRESA presentó igualmente documentación adicional, con la finalidad de demostrar la continuidad de las prácticas anticompetitivas que denunció. Dichos elementos serán valorados por separado en este numeral y en el apartado que por orden corresponda.

⁴⁴⁷ Folios 4532 a 4544 y 5408 a 5414.

⁴⁴⁸ Folios 4532 a 4544.

⁴⁴⁹ Folios 5408 a 5414.

⁴⁵⁰ Folio 4761.

Con lo anterior se acredita que COFRESA no tuvo comunicación con TELEvisa después del siete de octubre de dos mil trece en el marco del CPSP-GTV 2013.

Elementos aportados por los descubrimientos de la ciencia

a) CORREOS COFRESA

Los CORREOS COFRESA corresponden a impresiones de comunicaciones electrónicas realizadas por personal de COFRESA con personal de TELEvisa y ESTUDIOS AZTECA, indistintamente, los cuales fueron aportados por la DENUNCIANTE. A los CORREOS COFRESA se les da el carácter de elementos aportados por los descubrimientos de la ciencia en términos de los artículos 93, fracción VII, 197, 210-A y 217 del CFPC. En este sentido, a pesar de que los CORREOS COFRESA no cuentan con la certificación correspondiente que acredite las circunstancias de lugar, tiempo y circunstancias en que fueron obtenidas, al tratarse de información que fue corroborada por los agentes económicos involucrados en las comunicaciones, y al ser administrados con otros elementos probatorios, esta autoridad los valora como indicios.

A continuación se presenta un listado de los CORREOS COFRESA:

Tabla 15. CORREOS COFRESA

Fecha	Remitente (dirección electrónica)	Destinatario (dirección electrónica)	Asunto	Contenido
* ⁴⁵¹	*	*	*	*
* ⁴⁵²	*	*	*	*
* ⁴⁵³	*	*	*	*
* ⁴⁵⁴	*	*	*	*
* ⁴⁵⁵	*	*	*	*

⁴⁵¹ Folio 14130.

⁴⁵² Folio 14126.

⁴⁵³ Folio 1077.

⁴⁵⁴ Folio 1079.

⁴⁵⁵ Folio 14131.

* ⁴⁵⁶	*	*	*	*
* ⁴⁵⁷	*	*	*	*

Ahora bien, de la impresión de los CORREOS COFRESA se desprende la continuidad del proceso de negociación realizada durante los meses de agosto a octubre de dos mil trece, mismo que fue descrito a lo largo del apartado 5.1 de la presente resolución. El alcance de estos correos electrónicos será analizado en conjunto con los CORREOS COFRESA- TELEVISA y los CORREOS COFRESA -ESTUDIOS AZTECA y se administran con dichos elementos, en adición a las declaraciones vertidas por [REDACTED] y [REDACTED], en las comparecencias correspondientes.

3.1.1 Elementos aportados por la DENUNCIANTE concernientes a la relación COFRESA-TELEVISA

Documentales privadas

Las documentales descritas en los incisos a) a e) siguientes fueron presentados como parte de los escritos presentados por COFRESA ante esta autoridad y, por tanto, se valoran como documentales privadas en términos de los artículos 93, fracción III, 133, 136, 197, 203, 204, 208 y 210 del CFPC, toda vez que se trata de información generada y aportada por el representante legal de la DENUNCIANTE. En este sentido, al tratarse de documentales privadas, prueban plenamente en contra de quien las presentó, en este caso, el DENUNCIANTE.

a) DATOS BANCARIOS 2012⁴⁵⁸

Los DATOS BANCARIOS 2012, aportados por COFRESA en el DESAHOGO-PREVENCIÓN, se encuentran contenidos en una copia certificada por el corredor público número ocho del DF de cinco de marzo de dos mil catorce.

Con dicho elemento se desprende que COFRESA contaba con los datos bancarios como consecuencia de la relación contractual sostenida con TELEVISA respecto al CPSP-GTV 2012, mismos que seguían vigentes en el año dos mil trece, de conformidad con lo señalado por TELEVISA, quien precisó que COFRESA contaba con los DATOS BANCARIOS 2013 para proceder al pago, debido a que en noviembre de dos mil doce realizó el pago del CPSP-GTV 2012,⁴⁵⁹ por lo que no tenía ningún impedimento para realizar el pago estipulado en el CPSP-GTV 2013 en la fecha acordada en el mismo.

⁴⁵⁶ Folio 1087.

⁴⁵⁷ Folio 1088.

⁴⁵⁸ Folio 2602.

⁴⁵⁹ Folios 6015 y 6016.

b) CPSP-GTV 2012

Copia simple del CPSP-GTV 2012 fue aportado en la DENUNCIA,⁴⁶⁰ con la finalidad de acreditar que se estableció una relación contractual en el año dos mil doce entre COFRESA y TELEVISA, en la que TELEVISA fue proveedor de los servicios publicitarios en TV radiodifundida solicitados por COFRESA. Una impresión adicional del CPSP-GTV 2012 fue aportado por TELEVISA en respuesta al OFICIO TELEVISA 014/2015.⁴⁶¹

Finalmente, se acredita que COFRESA conocía los términos y condiciones de TELEVISA para adquirir espacios de publicidad en las señales de TV radiodifundida en que los provee, así como los requisitos necesarios para la transmisión de pautas publicitarias en esas señales.

c) CPSP-GTV 2013

Copia simple del CPSP-GTV 2013 fue aportado en la DENUNCIA,⁴⁶² con la finalidad de acreditar la existencia y contenido de dicho contrato, así como la vigencia del mismo, comprendida entre el primero de septiembre al treinta y uno de diciembre de dos mil trece, tal y como se expuso en el numeral 5.1, apartado A, inciso b) de la presente resolución. Una impresión adicional del CPSP-GTV 2013 fue aportado por TELEVISA en respuesta al OFICIO TELEVISA 011/2014.⁴⁶³

Esta documental se adminicula con el contenido de la CARTA-DATOS BANCARIOS, mediante la cual el CPSP-GTV 2013 fue enviado a COFRESA. Con dichos elementos se acredita que TELEVISA envió a COFRESA el CPSP-GTV 2013 y los DATOS BANCARIOS 2013.

d) CARTA-DEVOLUCIÓN

Dicho elemento correspondió a la copia simple de una carta fechada el veinticinco de septiembre de dos mil trece, enviada por COFRESA a TELEVISA, por medio de la cual COFRESA manifiesta que envió a TELEVISA el CPSP-GTV 2013, firmado en original en tres tantos por el apoderado legal de COFRESA, a efecto de que fuera firmado por personal de TELEVISA.

Asimismo, en la CARTA-DEVOLUCIÓN se indica que se envía el anuncio publicitario de la CAMPAÑA en una USB.

La CARTA-DEVOLUCIÓN fue exhibida por COFRESA en respuesta al numeral 4, inciso b) del OFICIO COFRESA 003/2015,⁴⁶⁴ y en ésta se observa que personal de TELEVISA firmó de recibido el veinticinco de septiembre de dos mil trece. La CARTA-DEVOLUCIÓN también fue presentada por TELEVISA en respuesta al OFICIO TELEVISA 011/2014.⁴⁶⁵

Finalmente, con esta documental se da cuenta del proceso de negociación entre COFRESA y TELEVISA durante los meses de agosto y octubre de dos mil trece, mismo que fue descrito en el apartado 5.1 de la presente resolución.

⁴⁶⁰ Folio 1074.

⁴⁶¹ Folio 4301.

⁴⁶² Folio 1090.

⁴⁶³ Folios 4228 y 4243.

⁴⁶⁴ Folios 4734 y 4735.

⁴⁶⁵ Folios 4221 y 4224.

e) FACTURA-TELEVISA

La FACTURA-TELEVISA corresponde a la impresión de un documento de carácter fiscal emitido por TELEVISA el veinticinco de septiembre de dos mil trece, el cual fue presentado por COFRESA en el DESAHOGO-PREVENCIÓN.⁴⁶⁶ En dicho elemento consta la cantidad pactada en el CPSP-GTV 2013 como pago de publicidad a cargo del cliente identificado como COFRESA. La FACTURA-TELEVISA fue aportada también por TELEVISA en respuesta al OFICIO TELEVISA 011/2014.⁴⁶⁷

Este documento fue enviado por TELEVISA como documento adjunto a la CARTA-FACTURA y se adminicula con la impresión del correo electrónico de veintiséis de septiembre de dos mil trece, el cual forma parte de los CORREOS COFRESA-TELEVISA, con el cual [REDACTED] confirmó a [REDACTED] su recepción.⁴⁶⁸

Por otro lado, mediante el envío de la FACTURA-TELEVISA se satisfizo la solicitud de COFRESA contenida en la CARTA-DEVOLUCIÓN, mediante la cual COFRESA solicitó a TELEVISA la FACTURA-TELEVISA a efecto de realizar el pago pactado en el CPSP-GTV 2013 y solicitó el visto bueno del anuncio publicitario. Como consecuencia, TELEVISA envió la CARTA-FACTURA a COFRESA el veintiséis de septiembre de dos mil trece,⁴⁶⁹ adjuntando la FACTURA-TELEVISA. Lo anterior se desprende del contenido del documento referido, así como de la factura correspondiente.

Elementos aportados por los descubrimientos de la ciencia

a) CORREOS COFRESA-TELEVISA

Los CORREOS COFRESA-TELEVISA consisten en la impresión de comunicaciones electrónicas intercambiados entre COFRESA y TELEVISA durante el período comprendido por los meses de agosto y octubre, ambos de dos mil trece, respecto al proceso de negociación de los espacios de publicidad en TV radiodifundida provistos por TELEVISA, así como el acuerdo entre ambas partes respecto al costo de transmitir la CAMPAÑA en TV radiodifundida, del cual resultó la celebración del CPSP-GTV 2013.

A los CORREOS COFRESA-TELEVISA se les da el carácter de elementos aportados por los descubrimientos de la ciencia en términos de los artículos 93, fracción VII, 197, 210-A y 217 del CFPC. En este sentido, a pesar de que los CORREOS COFRESA-TELEVISA no cuentan con la certificación correspondiente que acredite las circunstancias de lugar, tiempo y circunstancias en que fueron obtenidas, al tratarse de información que fue corroborada por los agentes económicos involucrados en las comunicaciones, y al ser adminiculados con otros elementos probatorios, esta autoridad los valora como indicios.

Ahora bien, en la siguiente tabla se detallan aquellos correos que fueron presentados por ambos agentes económicos y cuyo contenido coincide, es decir, que tanto COFRESA como TELEVISA aportaron:

⁴⁶⁶ Folios 2711 y 2712.

⁴⁶⁷ Folios 4226 y 4241.

⁴⁶⁸ Las impresiones de dichos correos electrónicos se valorarán más adelante en este numeral.

⁴⁶⁹ Las impresiones de la [REDACTED] y de la FACTURA-TELEVISA fueron aportadas por TELEVISA en respuesta al OFICIO TELEVISA 011/2014 y se encuentran en los folios 4225, 4226, 4240 y 4241.

Tabla 16. CORREOS COFRESA-TELEvisa

Fecha	Remitente (dirección electrónica)	Destinatario (dirección electrónica)	Asunto	Contenido
* 470	*	*		*
* 471	*	*		*
* 472	*	*	*	*
* 473	*	*	*	*
* 474	*	*	*	*
* 475	*	*	*	*
* 476	*	*	*	*

Ahora bien, del CPSP GTV-2013, la CARTA-DEVOLUCIÓN, la FACTURA-TELEvisa, los CORREOS COFRESA y los CORREOS COFRESA-TELEvisa se desprende la continuidad del proceso de negociación realizado durante los meses de agosto a octubre de dos mil trece, mismo que fue descrito en el apartado 5.1 de la presente resolución.

470 Folios 1076 y 4215.

471 Folios 1078 y 4214.

472 Folio 14127.

473 Folios 1080 y 4203.

474 Folios 1083 y 4197.

475 Folios 1085 y 4196.

476 Folios 1085 y 4193.

Al adminicular los CORREOS COFRESA-TELEVISA con la CARTA-CONTRATO, la CARTA-DEVOLUCIÓN, la CARTA-TARIFAS y los DATOS BANCARIOS 2013 se acredita que:

1. mediante el correo electrónico de veintiuno de agosto de dos mil trece, que forma parte de los CORREOS COFRESA-TELEVISA, se inició el proceso de negociación entre COFRESA y TELEVISA para adquirir los servicios de publicidad en las señales de TV radiodifundida en que TELEVISA comercializa esos servicios;
2. conforme a los CORREOS COFRESA-TELEVISA, ambos agentes económicos intercambiaron información relacionada con la prestación del servicio solicitado, que a su vez era necesaria para poder formalizar el CPSP-GTV 2013, instrumento jurídico base de la prestación de los servicios publicitarios que serían adquiridos por parte de COFRESA, tales como la CARTA-FACTURA, la CARTA-DEVOLUCIÓN y los DATOS BANCARIOS 2013;
3. COFRESA al haber enviado a TELEVISA la CARTA-DEVOLUCIÓN, la DENUNCIANTE manifestó su conformidad de los términos y condiciones contenidos en el CPSP-GTV 2013;
4. una vez firmado el CPSP-GTV 2013 entre TELEVISA y COFRESA, ambos agentes económicos acordaron la prestación de los servicios publicitarios por parte de TELEVISA y la contraprestación de COFRESA de pagar la cantidad de [REDACTED] *, por la prestación de los servicios publicitarios en TV radiodifundida provistos por TELEVISA, así como la vigencia del mismo;
5. TELEVISA envió a COFRESA la FACTURA-TELEVISA y los DATOS BANCARIOS 2013, el tres de octubre de dos mil trece; no obstante, COFRESA no realizó el pago correspondiente por la prestación de los servicios publicitarios en las señales de TV radiodifundida en que TELEVISA los comercializa, y
6. TELEVISA no recibió la contraprestación pactada con COFRESA por lo cual se advierte un incumplimiento a los términos del CPSP-GTV 2013 por parte de COFRESA.

Documentales públicas

Las documentales descritas en los incisos a) y b) del presente numeral se valoran como documentales públicas en términos de los artículos 93, fracción II, 129, 197 y 202 del CFPC, por lo que constituyen prueba plena respecto de los hechos asentados en acta por parte del fedatario público; es decir, que efectivamente se realizaron dichas diligencias, mas no son suficientes para probar la verdad de lo declarado o manifestado, ni se tiene la certeza de que la información presentada y/o manifestada ante el notario público sea fidedigna, real e indubitable.

a) FE DE HECHOS ENERO-TELEVISA⁴⁷⁷

Las FE DE HECHOS ENERO-TELEVISA fueron aportadas por COFRESA en la DENUNCIA, con la finalidad de "acreditar el envío por parte de Cofresa a Grupo Televisa de un comunicado mediante el cual (COFRESA) (i) manifiesta que bajo el contrato acordado, Grupo Televisa debe prestar el servicio, pautando la campaña publicitaria de Cofresa, y (ii) comprueba la recepción de dicho comunicado por parte de Grupo Televisa".⁴⁷⁸

⁴⁷⁷ Folios 1100 a 1119.

⁴⁷⁸ Folio 73.

Con éstas se hace constar que COFRESA solicitó a un corredor público que notificara en dos domicilios de TELEVISA una carta de fecha nueve de enero de dos mil catorce, mediante la cual COFRESA solicitó a TELEVISA que en un término de tres días cumpliera con lo estipulado en el CPSP-GTV 2013. Las notificaciones de dicha carta se llevaron a cabo el diez de enero de dos mil catorce según el [REDACTED]

b) FE DE HECHOS FEBRERO-TELEVISA⁴⁷⁹

Las FE DE HECHOS FEBRERO-TELEVISA fueron presentadas por COFRESA en el DESAHOGO-PREVENCIÓN.⁴⁸⁰

Con dichos elementos se hace constar que COFRESA solicitó a un corredor público que notificara una carta dirigida a TELEVISA, fechada el siete de febrero de dos mil catorce, mediante la cual refirió la fecha veintidós de enero de dos mil catorce, en la que TELEVISA manifestó que no se encontraba en posibilidad de otorgarle el servicio de publicidad estipulado en el CPSP-GTV 2013, toda vez que COFRESA no realizó el pago correspondiente.

En la referida carta de siete de febrero de dos mil catorce, COFRESA solicitó a TELEVISA le fueran prestados los servicios publicitarios y le fuera enviada una respuesta de manera escrita en un plazo de tres días hábiles, para que procediera a realizar el pago por tales servicios.

Las notificaciones de dicha carta se llevaron a cabo el siete de febrero de dos mil catorce según el [REDACTED]

La DENUNCIANTE pretendió acreditar con los elementos referidos en los incisos a) y b) anteriores, que solicitó a TELEVISA cumpliera con lo pactado en el CPSP-GTV 2013; sin embargo, dicha documental pública solo prueba que la DENUNCIANTE notificó mediante fedatario público la carta referida en dos domicilios de TELEVISA, pero con ésta no se prueba que GTV o TELEVISA tuvieran que dar cumplimiento al CPSP-GTV 2013, ya que como se refirió anteriormente en la presente resolución, fue COFRESA quien se alejó del proceso de contratación de los espacios publicitarios que comercializa TELEVISA en sus señales de TV radiodifundida, ya que no realizó el pago estipulado conforme a los términos y condiciones del instrumento jurídico referido.

Adicionalmente, se advierte que al momento en que se notificó a TELEVISA la carta de nueve de enero de dos mil catorce, el CPSP-GTV 2013 ya no se encontraba vigente, toda vez que perdió su vigencia el treinta y uno de diciembre de dos mil trece.

7.1.2 Elementos concernientes a la relación COFRESA-TV AZTECA

Documentales privadas

Las documentales descritas en los incisos a) a c) del presente numeral fueron presentados como parte de los escritos presentados por COFRESA ante esta autoridad y, por tanto, se valoran como documentales privadas en términos de los artículos 93, fracción III, 133, 136, 197, 203, 204, 208 y 210 del CFPC, toda vez que se trata de información generada y aportada por el representante legal de la DENUNCIANTE. En este sentido, al tratarse de documentales privadas, prueban plenamente en contra de quien las presentó.

⁴⁷⁹ Folios 4740 a 4757.

⁴⁸⁰ Folio 2575 a 2591.

a) CPSP celebrados entre ESTUDIOS AZTECA y COFRESA

COFRESA presentó, como parte del DESAHOGO-PREVENCIÓN, copias simples de los siguientes CPSP:

[REDACTED] *

[REDACTED] *,481

[REDACTED] *

[REDACTED] *,482

[REDACTED] * 483 y

[REDACTED] * 484

Derivado de dichas relaciones contractuales se transmitieron diversos anuncios publicitarios de COFRESA en las señales de TV AZTECA. Las copias simples de dichos CPSP sirven en esta resolución para determinar que ESTUDIOS AZTECA y/o TV AZTECA, según corresponda, acostumbran devolver a sus clientes, los CPSP que celebran con las firmas de sus representantes legales, por lo menos desde el dos mil nueve.

b) CPSP-AZTECA 2012

El CPSP-AZTECA 2012 corresponde a la copia simple del instrumento jurídico de fecha dos de noviembre de dos mil doce signado por COFRESA y por ESTUDIOS AZTECA, documental que fue exhibida por COFRESA en la DENUNCIA.⁴⁸⁵

Derivado de dicha relación contractual, ESTUDIOS AZTECA proporcionó a COFRESA servicios de publicidad en sus señales de TV radiodifundida de noviembre a diciembre de dos mil doce.

c) CPSP-AZTECA 2013

El CPSP-AZTECA 2013 corresponde a la copia simple de un instrumento jurídico de veintitrés de septiembre de dos mil trece aportado en la DENUNCIA,⁴⁸⁶ y en el que las partes son COFRESA como solicitante y ESTUDIOS AZTECA como prestador de servicios publicitarios en TV radiodifundida, en el cual se plasman los términos y condiciones bajo los cuales se prestaría a COFRESA el servicio de publicidad en TV radiodifundida por parte de ESTUDIOS AZTECA.

Asimismo, el proceso de negociación que se desprende de los CORREOS COFRESA-ESTUDIOS AZTECA se materializó con el CPSP-AZTECA 2013, en dicho documento constan las firmas por parte de COFRESA y que según la copia del CPSP-AZTECA 2013 exhibida por la DENUNCIANTE, fue recibido por [REDACTED] *

Por consiguiente, de los CORREOS COFRESA-ESTUDIOS AZTECA y el CPSP-AZTECA 2013, se desprende que existió un proceso de negociación entre COFRESA y ESTUDIOS AZTECA, a efecto de transmitir la CAMPAÑA en las señales de TV radiodifundida en que ESTUDIOS AZTECA comercializa sus servicios publicitarios; por lo que al adminicular dichos elementos se acredita que mediante

⁴⁸¹ Folios 2636 a 2643.

⁴⁸² Folios 2644 a 2651.

⁴⁸³ Folios 2661 a 2667.

⁴⁸⁴ Folios 2672 a 2683.

⁴⁸⁵ Folios 1121 a 1124. El CPSP-AZTECA 2012 fue aportado también por ESTUDIOS AZTECA en respuesta al OFICIO ESTUDIOS AZTECA 011/2015 en formato electrónico .pdf (*Portable Document Format*, por sus siglas en inglés).

⁴⁸⁶ Folios 1149 a 1159. El CPSP-AZTECA 2013 también fue aportado por ESTUDIOS AZTECA en respuesta al OFICIO ESTUDIOS AZTECA 020/2016 y se encontrará en los folios 13904 a 13909.

un correo de nueve de agosto de dos mil trece, que forma parte de los CORREOS COFRESA-ESTUDIOS AZTECA, se dio inicio el proceso de negociación entre COFRESA para adquirir los servicios de publicidad en las señales de TV radiodifundida en que ESTUDIOS AZTECA comercializa tales servicios.

No obstante lo anterior, de conformidad con los razonamientos expuestos en la presente resolución, tras las negociaciones entre COFRESA y ESTUDIOS AZTECA no se concretó la celebración de CPSP alguno.

Elementos aportados por los descubrimientos de la ciencia

a) CORREOS COFRESA-ESTUDIOS AZTECA

Los CORREOS COFRESA-ESTUDIOS AZTECA⁴⁸⁷ consisten en las impresiones de comunicaciones electrónicas intercambiadas entre ESTUDIOS AZTECA y COFRESA, durante los meses de agosto y septiembre de dos mil trece, de los cuales se desprende un proceso de negociación entre ambos agentes económicos a efecto de establecer una relación contractual respecto a los servicios publicitarios ofrecidos por ESTUDIOS AZTECA y que COFRESA tenía intención de contratar pero que finalmente no se concretó la formalización del CPSP.

A los CORREOS COFRESA- ESTUDIOS AZTECA se les da el carácter de elementos aportados por los descubrimientos de la ciencia en términos de los artículos 93, fracción VII, 197, 210-A y 217 del CFPC. En este sentido, a pesar de que los CORREOS COFRESA- ESTUDIOS AZTECA no cuentan con la certificación correspondiente que acredite las circunstancias de lugar, tiempo y circunstancias en que fueron obtenidas, al tratarse de información que fue corroborada por los agentes económicos involucrados en las comunicaciones, y al ser adminiculados con otros elementos probatorios, esta autoridad los valora como indicios.

A continuación se presenta una tabla que contiene la relación de las comunicaciones electrónicas descritas y que fueron aportadas tanto por COFRESA como por ESTUDIOS AZTECA:

Tabla 17. CORREOS COFRESA- ESTUDIOS AZTECA

Fecha	Remitente (dirección electrónica)	Destinatario (dirección electrónica)	Asunto	Contenido
* ⁴⁸⁸	*	*	*	*
* ⁴⁸⁹	*	*	*	*

⁴⁸⁷ Las impresiones de los CORREOS COFRESA-ESTUDIOS AZTECA fueron aportados por ESTUDIOS AZTECA en respuesta al OFICIO ESTUDIOS AZTECA 011/2015 y se encuentran en los folios 5596, 5635 a 5637.

⁴⁸⁸ Folios 1127 a 1133 y 5596 a 5602.

⁴⁸⁹ Folios 1150, 5636 y 5637.

* 490	*	*	*	*
* 491	*	*	*	*
* 492	*	*	*	*
* 493	*	*	*	*
* 494	*	*	*	*
* 495	*	*	*	*

7.2 Documentos aportados por las DENUNCIADAS

7.2.1 Documentos aportados por TELEvisa

Documentales privadas

Las documentales descritas en los incisos d) a h) del presente numeral fueron presentados como parte de los escritos de contestación a diversos requerimientos de información formulados por esta autoridad a TELEvisa. En este sentido, se valoran como documentales privadas en términos de los artículos 93, fracción III, 133, 136, 197, 203, 204, 208 y 210 del CFPC, toda vez que se trata de información generada y aportada por el representante legal de TELEvisa. En este sentido, al tratarse de documentales privadas, prueban plenamente en contra de quien las presentó, es decir, de TELEvisa.

⁴⁹⁰ Folios 1149, 1150 y 5636.

⁴⁹¹ Folios 1149, 5635 y 5636.

⁴⁹² Folio 14132.

⁴⁹³ Folio 14133.

⁴⁹⁴ Folio 14134.

⁴⁹⁵ Folio 14135.

a) Respuesta al OFICIO TELEvisa 011/2014

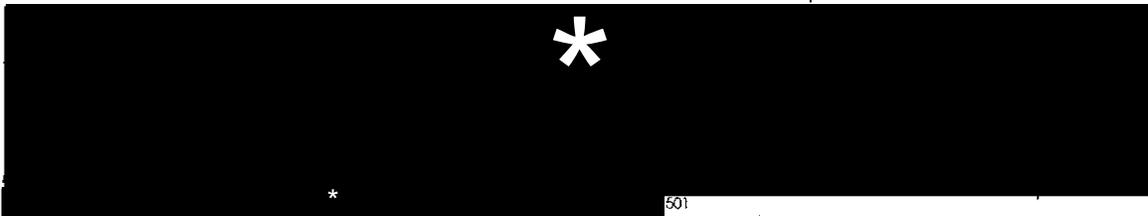
Mediante escritos presentados ante este INSTITUTO los días ocho de diciembre de dos mil catorce,⁴⁹⁶ así como trece de enero⁴⁹⁷ y seis de febrero,⁴⁹⁸ ambos de dos mil quince, en respuesta al OFICIO TELEvisa 011/2014, TELEvisa hizo alusión a la relación contractual que sostuvo con COFRESA, relacionada con la provisión de servicios publicitarios para el año dos mil doce. Tal es el caso de su respuesta al numeral 14 del OFICIO TELEvisa 011/2014,⁴⁹⁹ en la cual manifestó:

*



Asimismo, TELEvisa señaló haber comunicado a COFRESA, vía telefónica, que el anuncio publicitario de la CAMPAÑA no había sido autorizado debido a que:

*



Adicionalmente, TELEvisa afirmó que negoció y celebró el CPSP-GTV 2013 con COFRESA el cual tenía una vigencia del primero de septiembre al treinta y uno de diciembre de dos mil trece⁵⁰² y presentó diversos documentos, entre los cuales se encuentran la CARTA-CONTRATO, CARTA-TARIFAS y la CARTA-DEVOLUCIÓN, mismos que fueron descritos y valorados anteriormente y que concuerda con los elementos aportados por la DENUNCIANTE, y con la CARTA-FACTURA, la FACTURA-TELEvisa, la CARTA-DATOS BANCARIOS y los DATOS BANCARIOS 2013, mismos que serán analizados más adelante.

Con lo anterior se acredita que, derivado el proceso de negociación materia de la presente resolución, si bien COFRESA y TELEvisa celebraron el CPSP-GTV 2013, COFRESA no cumplió con lo pactado en el mismo, por las razones arriba transcritas.

b) Respuesta de TELEvisa al OFICIO TELEvisa 014/2015

Mediante escritos de quince de abril,⁵⁰³ cuatro⁵⁰⁴ y veintinueve⁵⁰⁵ de mayo, todos de dos mil quince, TELEvisa dio cumplimiento al requerimiento de información contenido en el OFICIO

⁴⁹⁶ Folios 4003 a 4007.

⁴⁹⁷ Folios 4163 a 4168.

⁴⁹⁸ Folios 4332 a 4336.

⁴⁹⁹ La pregunta contenida en el numeral 14 del OFICIO TELEvisa 011/2014 se formuló en los siguientes términos: "14. En caso de que su respuesta al numeral anterior se afirmativa, señale si el objeto de dicho(s) contrato(s) (material o anuncios publicitarios, spots y/o similares o análogos) proporcionado por (COFRESA) se transmitió y/o radiodifundió por cualquier medio o, en particular, a través de señales de televisión radiodifundida. En caso de que dicho material, anuncios publicitarios spots y/o similares o análogos no haya sido transmitido y/o difundido mencione y explique las razones por las que no se transmitió y/o difundió. Adjunte todas las comunicaciones y documentos que hayan intercambiado al respecto."

⁵⁰⁰ Folio 4301.

⁵⁰¹ Ídem.

⁵⁰² Folio 4300.

⁵⁰³ Folios 6006 a 6014.

⁵⁰⁴ Folios 8392 a 8398.

⁵⁰⁵ Folios 9270 a 9276.

TELEVISA 014/2015. En particular, en el escrito de quince de abril de dos mil quince, en respuesta al numeral 1 del mencionado oficio,⁵⁰⁶ manifestó que:

*"(...) los datos de la cuenta bancaria de mi representada para que Cofresa pudiera realizar el pago ya obraban en poder de Cofresa desde el mes de noviembre de 2012, con motivo de los servicios de publicidad que mi representada prestó a Cofresa en dicho año."*⁵⁰⁷

En virtud de lo anterior, se acredita que como resultado del proceso de negociación sostenido entre COFRESA y TELEVISA en el año dos mil doce, COFRESA contaba con los datos con los cuales pudo haber realizado el pago pactado en el CPSP-GTV 2013.

c) Respuesta al OFICIO TELEVISA 053/2016

Mediante escritos de tres⁵⁰⁸ y treinta⁵⁰⁹ de agosto de dos mil dieciséis, TELEVISA dio cumplimiento al requerimiento de información contenido en el OFICIO TELEVISA 053/2016. En particular, en el escrito de tres de agosto de dos mil dieciséis, en respuesta al numeral 1 del mencionado oficio,⁵¹⁰ TELEVISA manifestó que:

*"(...) Con el objeto de verificar que COFRESA contaba con la autorización de diversas marcas y nombres comerciales respecto de su uso, se manifiesta a este Instituto que el encargado de realizar la revisión conducente del anuncio publicitario, relacionado con la negociación de la prestación de servicios publicitarios para COFRESA, correspondiente al año dos mil trece (...) Aclarando que dicha revisión se realizó única y exclusivamente sobre las marcas y nombres comerciales, sin que se pudiera realizar una verificación técnica y de la calidad completa del anuncio publicitario de COFRESA, ya que como consta en el expediente este nunca fue enviado (a TELEVISA) en el formato adecuado para su transmisión".*⁵¹¹

En virtud de lo anterior, con dicho documento se acredita que el proceso de revisión de los anuncios publicitarios que lleva a cabo TELEVISA es de calidad y de contenido, siendo que la calidad del anuncio publicitario de COFRESA no pudo ser revisada en su totalidad, toda vez que fue entregada en un formato incorrecto.

⁵⁰⁶ La pregunta contenida en el numeral 1 del OFICIO TELEVISA 014/2015 se formuló en los siguientes términos: "1. En respuesta al numeral 12 del ANEXO ÚNICO del oficio número IFT/110/AI/DG-PMCI/011/2014 emitido, en el expediente al rubro citado el dieciocho de noviembre de dos mil catorce (en adelante, OFICIO), contenida en el Anexo 12 de su escrito de trece de enero de dos mil quince, TELEVISA exhibió diversas comunicaciones sostenidas con COFRESA en relación al Contrato de Prestación de Servicios Publicitarios dos mil trece (en adelante, CPSP 2013). Al respecto: a) Indique la razón por la que su representada envió a COFRESA el CPSP 2013, así como la "carta bancaria", posterior a la fecha límite de pago pactado en el CPSP 2013, es decir, el treinta de septiembre de dos mil trece. b) Señale y describa cuál fue la última ocasión en la que su representada exigió el pago a COFRESA en referencia al CPSP 2013. Asimismo, señale el medio de comunicación por el cual realizó dicha solicitud. Para dar respuesta a este numeral, presente copia certificada de todos los documentos que acrediten su dicho".

⁵⁰⁷ Folio 6015.

⁵⁰⁸ Folios 14933 a 14942.

⁵⁰⁹ Folios 15524 a 15533.

⁵¹⁰ La pregunta contenida en el numeral 1 del OFICIO TELEVISA 014/2015 se formuló en los siguientes términos: "1. En respuesta al numeral 12 del ANEXO ÚNICO del oficio número IFT/110/AI/DG-PMCI/011/2014 emitido en el expediente al rubro citado el dieciocho de noviembre de dos mil catorce (en adelante, OFICIO), contenida en el Anexo 12 de su escrito de trece de enero de dos mil quince, TELEVISA exhibió diversas comunicaciones sostenidas con COFRESA en relación al Contrato de Prestación de Servicios Publicitarios dos mil trece (en adelante, CPSP 2013). Al respecto: a) Indique la razón por la que su representada envió a COFRESA el CPSP 2013, así como la "carta bancaria", posterior a la fecha límite de pago pactado en el CPSP 2013, es decir, el treinta de septiembre de dos mil trece. b) Señale y describa cuál fue la última ocasión en la que su representada exigió el pago a COFRESA en referencia al CPSP 2013. Asimismo, señale el medio de comunicación por el cual realizó dicha solicitud. Para dar respuesta a este numeral, presente copia certificada de todos los documentos que acrediten su dicho".

⁵¹¹ Folio 14939.

d) CARTA-TARIFAS⁵¹²

La CARTA-TARIFAS corresponde a un documento en copia simple de dieciocho de septiembre de dos mil trece, cuyo texto señala que TELEVISA envió a COFRESA las tarifas relacionadas con los servicios de publicidad en TV radiodifundida provisto por TELEVISA, por medio de la cual TELEVISA hizo del conocimiento de COFRESA algunos datos, a efecto de iniciar el proceso de negociación de la contratación de espacios de publicidad en TV radiodifundida en las señales de TELEVISA.

Dicho elemento hace referencia a las tarifas relacionadas con el CPSP-GTV 2013 y fue enviada a COFRESA a manera de complemento de un correo electrónico de veintiuno de agosto de dos mil trece, mismo que forma parte de los CORREOS COFRESA-TELEVISA, con el cual se adminicula, y fue enviado por [REDACTED] a [REDACTED].

Adicionalmente, de la CARTA-TARIFAS se advierte el inicio del proceso de negociación relacionado con la contratación de los espacios publicitarios provistos por TELEVISA y demandados por COFRESA, tal y como fue descrito en el apartado 5.1 de la presente resolución.

e) CARTA-CONTRATO⁵¹³

La CARTA-CONTRATO corresponde a la copia simple de una carta sin fecha, dirigida a COFRESA, con firma facsímil de [REDACTED] en cuyo texto se señala que TELEVISA envía el CPSP-GTV 2013 y su anexo en tres originales.

Dicho elemento fue exhibido a esta autoridad por TELEVISA en respuesta al requerimiento de información contenido en el numeral 12 del OFICIO TELEVISA 011/2014, del cual se desprende que fue recibido por [REDACTED] el veinticuatro de septiembre de dos mil trece.

Adicionalmente, dicho elemento es consistente con la impresión del correo electrónico de fecha veinticuatro de septiembre de dos mil trece al cual se adminicula, mismo que forma parte de los CORREOS COFRESA-TELEVISA, de cuyo contenido se desprende que [REDACTED] envió a [REDACTED] el CPSP-GTV 2013 en formato electrónico.

Finalmente, de la CARTA-CONTRATO se advierte la continuidad al proceso de negociación entre COFRESA y TELEVISA durante los meses de agosto a octubre de dos mil trece.

f) CARTA-FACTURA⁵¹⁴

La CARTA-FACTURA corresponde a una carta en copia simple sin fecha, dirigida a COFRESA y con firma facsímil de [REDACTED], de cuyo contenido se desprende que TELEVISA envió la FACTURA-TELEVISA a COFRESA.

Dicho elemento fue exhibido a esta autoridad por TELEVISA en respuesta al requerimiento de información contenido en el numeral 12 del OFICIO TELEVISA 011/2014,⁵¹⁵ del cual se desprende que fue recibido por [REDACTED] el veintiséis de septiembre de dos mil trece.

⁵¹² Folios 4216 y 4217.

⁵¹³ Folios 4218 y 4219.

⁵¹⁴ Folios 4225 y 4226.

⁵¹⁵ La pregunta contenida en el numeral 12 del OFICIO TELEVISA 011/2014 se formuló en los siguientes términos: "12. Señale si su representada negoció en el mes de enero de dos mil trece y noviembre de dos mil catorce la prestación de servicios de

Adicionalmente, dicho elemento es consistente con la impresión del correo electrónico de fecha veintiséis de septiembre de dos mil trece al cual se adminicula,⁵¹⁶ mismo que forma parte de los CORREOS COFRESA-TELEVISA, de cuyo contenido se desprende que [REDACTED] confirmó a [REDACTED] que recibió la factura y que sólo hacía falta el visto bueno de calidad del anuncio publicitario.

Finalmente, de la CARTA-FACTURA se advierte la continuidad del proceso de negociación sostenido entre COFRESA y TELEVISA durante los meses de agosto a octubre de dos mil trece.

g) CARTA-DATOS BANCARIOS

La CARTA-DATOS BANCARIOS corresponde a una carta en copia simple sin fecha exhibida por TELEVISA en respuesta al requerimiento de información contenido en el numeral 12 del OFICIO TELEVISA 011/2014,⁵¹⁷ de cuyo contenido se desprende que TELEVISA envió a COFRESA el CPSP-GTV 2013 firmado por personal de TELEVISA, junto con los DATOS BANCARIOS 2013 de TELEVISA.⁵¹⁸

Asimismo, se desprende que la CARTA-DATOS BANCARIOS fue recibida por [REDACTED] el tres de octubre de dos mil trece,⁵¹⁹ lo cual se adminicula con lo expuesto por COFRESA en la DENUNCIA, en la que acepta haberla recibido en esa fecha.⁵²⁰

De lo anterior se desprende la continuidad de TELEVISA en la negociación de la prestación sus servicios publicitarios a la DENUNCIANTE, sin haber recibido respuesta alguna de su parte.

h) DATOS BANCARIOS 2013⁵²¹

Los DATOS BANCARIOS 2013 corresponden a copias simples de documentos de fecha dos de octubre de dos mil trece, misma que fue enviada por TELEVISA a COFRESA mediante la CARTA-DATOS BANCARIOS, con información relativa al número de cuenta en el que esta última debía hacer el pago correspondiente al CPSP-GTV 2013.

Los DATOS BANCARIOS 2013 se adminiculan con la CARTA-DATOS BANCARIOS y con la afirmación de COFRESA en la DENUNCIA, relativa a la recepción de dicho documento el tres de octubre de dos mil trece.⁵²²

Por lo tanto, de dichos elementos se acredita la disposición de TELEVISA a continuar la relación contractual referente a la transmisión del anuncio publicitario de la CAMPAÑA, sin haber recibido respuesta alguna por parte de COFRESA.

Documentales públicas

Las documentales descritas en el presente numeral se valoran como documentales públicas en términos de los artículos 93, fracción II, 129, 197 y 202 del CFPC, por lo que constituyen prueba plena respecto de los hechos asentados en acta por parte del fedatario público; es decir, que efectivamente se realizaron dichas diligencias, mas no son suficientes para probar

publicidad (servicios publicitarios) con la empresa (COFRESA). En caso de que su respuesta sea afirmativa, presente copia de las comunicaciones y documentos intercambiados entre (TELEVISA) y (COFRESA) durante el periodo señalado".

⁵¹⁶ Folio 1086.

⁵¹⁷ Folios 4227 a 4230.

⁵¹⁸ Folios 4242 a 4245.

⁵¹⁹ Folio 4242.

⁵²⁰ Folio 21.

⁵²¹ Folio 4230.

⁵²² Folio 21.

la verdad de la información obtenida de la misma, ni se tiene la certeza de que dicha información sea fidedigna, real e indubitable.

a) PLANES COMERCIALES TELEvisa⁵²³

Los PLANES COMERCIALES TELEvisa fueron presentados en copia certificada mediante el instrumento público número [REDACTED] *

524

Dichos elementos fueron exhibidos por TELEvisa en su escrito de cuatro de mayo de dos mil quince y en respuesta al numeral 2 del OFICIO TELEvisa 014/2015,⁵²⁵ mediante los cuales dicho agente económico expuso las políticas y condiciones comerciales bajo las cuales fueron provistos sus servicios de publicidad en TV radiodifundida para esos años, así como la descripción de los mismos, cuyos términos debían ser observados por quienes contrataron dichos servicios comercializados por TELEvisa, a efecto de formalizar la compraventa de espacios de publicidad.

Los PLANES COMERCIALES TELEvisa rigen el contenido del CPSP, y en ellos cada año se publica la oferta comercial disponible para que los clientes y los clientes potenciales de los servicios publicitarios que TELEvisa provee, puedan verificar las condiciones y políticas comerciales de tales servicios.

Ahora bien, dentro de los PLANES COMERCIALES TELEvisa se encuentra el PLAN COMERCIAL 2013,⁵²⁶ el cual fue presentado en copia certificada mediante instrumento público conforme a lo referido en el primer párrafo de este inciso. Dicho elemento se adminicula con el contenido del CPSP-GTV 2013, mismo que es reconocido por TELEvisa y por COFRESA, toda vez que tal instrumento jurídico se constriñe a los términos y condiciones de venta de los espacios publicitarios comercializados por TELEvisa en TV radiodifundida.

Con el PLAN COMERCIAL 2013 se acredita que TELEvisa impuso a COFRESA las mismas condiciones que a otros agentes económicos que contrataron sus servicios de publicidad en TV

⁵²³ Folios 8402 a 9023.

⁵²⁴ Folios 8403 a 8408.

⁵²⁵ La pregunta contenida en el numeral 2 del OFICIO TELEvisa 014/2015 se formuló en los siguientes términos: "2. Respecto de su respuesta al numeral 14 del ANEXO ÚNICO del OFICIO, contenida en el Anexo 14 de su escrito de trece de enero de dos mil quince, TELEvisa manifestó lo siguiente: "(...) con el objeto de no infringir derechos de autor de terceros, los anuncios comerciales no deben contener marcas o nombres comerciales que son propiedad de terceros sin el consentimiento de éstos, o bien, se aplicará una tarifa adicional igual a la contratada por cada marca que coexista en el mismo anuncio publicitario (...)" Al respecto: a) Señale desde cuándo se incluyó en el Plan Comercial de su representada la política del cobro de una tarifa adicional por cada marca que coexista en el anuncio publicitario. b) Proporcione los nombres de todos los clientes a los cuales se les ha aplicado dicha tarifa adicional por cada marca que coexista en el anuncio publicitario para el periodo de dos mil once a la fecha de emisión del presente oficio. c) Presente copia certificada de las facturas que amparen el cobro a sus clientes de prestación de servicios publicitarios por concepto de tarifas adicionales por el uso de marcas que coexistan en un mismo anuncio publicitario. Asimismo, presente los documentos que acrediten los pagos recibidos por el cobro de las facturas referidas. d) Señale cuál es el procedimiento que lleva a cabo TELEvisa para verificar que sus clientes son propietarios de la marca o marcas que deseen utilizar en los spots o anuncios publicitarios a transmitir en las señales de televisión radiodifundidas donde comercializa sus servicios de publicidad. e) Señale cuál es el destino de los pagos que TELEvisa recibe por parte de sus clientes en el caso de que acepten la aplicación de una tarifa adicional igual a la contratada por cada marca que coexista en el spot o anuncio publicitario, con el objeto de no infringir derechos de autor de terceros. f) Señale si TELEvisa se encuentra obligada o facultada, en virtud de alguna disposición legal, normativa o regulatoria, a realizar cobros por cada marca que coexista en los spots o anuncios publicitarios con el objeto de no infringir derechos de autor o derechos de propiedad industrial de terceros. En caso de ser afirmativa su respuesta, señale de manera específica las disposiciones legales, normativas o regulatorias que justifican dicho cobro. Para dar respuesta a este numeral, presente copia certificada de todos los documentos que acrediten su dicho."

⁵²⁶ Folios 8592 a 8649.

radiodifundida en el año dos mil trece, los cuales se ajustaron a los términos y condiciones del mismo.

Con dichos elementos, TELEvisa pretendió acreditar las condiciones establecidas en los PLANES COMERCIALES TELEvisa, así como que dichos documentos se encuentran disponibles en Internet. En ese sentido, se certificó ante notario público la manera en la que se descargaron e imprimieron, desde la página de Internet de TELEvisa, los PLANES COMERCIALES TELEvisa, y, en específico, el PLAN COMERCIAL 2013.

En este sentido, dichas documentales públicas solo prueban que TELEvisa obtuvo e imprimió los PLANES COMERCIALES TELEvisa, y, en específico, el PLAN COMERCIAL 2013, ante notario público, así como los pasos a seguir para obtener dichos documentos; sin embargo, no constituye prueba plena respecto del contenido de los documentos a que se hace referencia.

7.2.2 Elementos aportados por ESTUDIOS AZTECA

Documentales privadas

La documental descrita en el presente numeral se valora como documental privada en términos de los artículos 93, fracción III, 133, 136, 197, 203, 204, 208 y 210 del CFPC, toda vez que se trata de información generada y aportada por el representante legal de ESTUDIOS AZTECA. En este sentido, al tratarse de documentales privadas, prueban plenamente en contra de quien las presentó, es decir, ESTUDIOS AZTECA.

a) Respuesta de ESTUDIOS AZTECA al OFICIO ESTUDIOS AZTECA 011/2015

Mediante escritos presentados ante este INSTITUTO los días veintitrés de marzo, trece de abril, así como siete y veintiséis de mayo, todos de dos mil quince, ESTUDIOS AZTECA exhibió diversa información y documentos, tales como los CORREOS COFRÉSA-ESTUDIOS AZTECA, el CPSP-AZTECA 2012 y el CPSP-AZTECA 2013.

En particular, en su escrito de veintitrés de marzo de dos mil quince, ESTUDIOS AZTECA describió el proceso que deben seguir los agentes económicos que contratan los servicios publicitarios que comercializa en TV radiodifundida, apuntando lo siguiente:

"(...)

*

*

*

*

*

*

[REDACTED] *

[REDACTED] *

[REDACTED] *

[REDACTED] (...) ⁵²⁷

Por otra parte, manifestó que existen diversos criterios y motivos por los cuales puede no prestar los servicios publicitarios que provee, refiriendo lo siguiente:

[REDACTED] *

[REDACTED] *

[REDACTED] *

[REDACTED] *

[REDACTED] *

[REDACTED] 528

Además, mediante los escritos de trece de abril y siete de mayo, ambos de dos mil quince, presentó diversos CPSP en archivo electrónico en formato PDF, ⁵²⁹ de los cuales este INSTITUTO identificó aquellos celebrados con agentes económicos relacionados con los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión (CPSP-TELECOM de ESTUDIOS AZTECA) para el periodo comprendido entre los años dos mil doce a dos mil quince.

Ahora bien, esta documental se adminicula con el CPSP-AZTECA 2012, mediante el cual consta la relación contractual sostenida entre ESTUDIOS AZTECA y COFRESA para el año dos mil doce, por lo que resulta un requisito para ESTUDIOS AZTECA formalizar un CPSP, a efecto de brindar certeza jurídica de los servicios que presta. En consecuencia, se concluye que para el año dos mil trece no hubo tal acuerdo de voluntades, al no haber existido un CPSP signado por las partes.

7.2.3 Elementos aportados por TELEvisa y por ESTUDIOS AZTECA

Elementos aportados por los descubrimientos de la ciencia y documentales privadas

a) CPSP-TELECOM

Elementos consistentes en copias simples de ciento treinta y seis CPSP celebrados entre TELEvisa, como proveedor de servicios publicitarios en TV radiodifundida, con [REDACTED] * agentes económicos relacionados con los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión para el periodo comprendido entre dos mil once a dos mil quince, mismos que fueron proporcionados por TELEvisa en respuesta al requerimiento de información contenido en el numeral 8 del OFICIO TELEvisa 067/2015; ⁵³⁰

⁵²⁷ Folios 5248 y 5249.

⁵²⁸ Folios 5253.

⁵²⁹ Folios 5583 y 9049.

⁵³⁰ La pregunta contenida en el numeral 8 del OFICIO TELEvisa 067/2015 se formuló en los siguientes términos: "8. Proporcione copia simple de los contratos o instrumentos jurídicos, con sus respectivos anexos y/o modificaciones, celebrados entre su representada y los agentes económicos señalados en su respuesta al numeral anterior, incluyendo los contratos que hayan sido celebrados con los intermediarios", y los CPSP proporcionados por TELEvisa se encuentran en los folios 12218 a 1229; 12231 a 12243; 12245 a 12260, y 12262 a 12266.

servicios; a hacerse responsables del contenido de su publicidad, y, en su caso, obtener los permisos necesarios para la transmisión de sus anuncios;

4. no existe cláusula alguna que obligue a TELEvisa a proporcionar algún tipo de aprobación del anuncio publicitario de manera previa al pago por la prestación de sus servicios publicitarios en TV radiodifundida, y
5. todos los clientes que celebraron algún CPSP para la transmisión de publicidad en las señales de TV radiodifundida relacionadas con ESTUDIOS AZTECA afirmaron haber efectuado los pagos pactados en los respectivos CPSP.

7.3 Información y documentos aportados por otros agentes económicos en su carácter de terceros coadyuvantes en la investigación

Documentales privadas

Las documentales descritas en los incisos a) a g) del presente numeral fueron presentados como parte de los escritos de contestación a diversos requerimientos de información formulados por esta autoridad a agentes económicos participantes en el MERCADO INVESTIGADO. En este sentido, se valoran como documentales privadas en términos de los artículos 93, fracción III, 133, 136, 197, 203, 204, 208 y 210 del CFPC. En este sentido, al tratarse de documentales privadas, prueban plenamente en contra del agente económico que las presentó.

a) Respuesta de [REDACTED] * al OFICIO [REDACTED] * 003/2016

Mediante escritos presentados ante este INSTITUTO los días cinco y veintinueve de febrero de dos mil dieciséis, [REDACTED] * manifestó que:

"(E)l pago por la prestación de servicios publicitarios en televisión radiodifundida, no se ha condicionado a alguna autorización técnica o de contenido publicitario. (...)"⁵³⁸

Dicho señalamiento se adminicula con los términos y condiciones establecidos en los PLANES COMERCIALES DE TELEvisa y en el PLAN COMERCIAL 2013, de los cuales no se advierte que el pago por la prestación de los servicios publicitarios provistos por TELEvisa esté condicionado a algún tipo de autorización técnica y/o de contenido respecto al anuncio publicitario a transmitir en las señales de TV radiodifundida en que se comercializan tales servicios publicitarios.

b) Respuesta de [REDACTED] * al OFICIO [REDACTED] * 021/2016.

Mediante el escrito presentado el trece de junio dos mil dieciséis, [REDACTED] * manifestó que:

"(...) 4) Facturación.- Una vez cerrada la negociación procedemos a los trámites administrativos, se realiza y firma el contrato y ya con esto se puede facturar y empezar transmitir la pauta publicitaria.

5) Pago.- Con las 2 televisoras (TELEvisa y ESTUDIOS AZTECA) se realiza pago anticipado, dependiendo de lo acordado en contrato se realiza en 1 o 2 exhibiciones."⁵³⁹ (Énfasis añadido)

Dicha manifestación se adminicula con los términos y condiciones establecidos en los PLANES COMERCIALES DE TELEvisa y el PLAN COMERCIAL 2013, de los cuales no se advierte que el pago por la prestación de los servicios publicitarios provistos por TELEvisa esté condicionado a algún tipo de autorización técnica y/o de contenido respecto al anuncio publicitario a transmitir en las señales de TV radiodifundida en que se comercializan tales servicios publicitarios, sino que una

⁵³⁸ Folio 12836.

⁵³⁹ Folio 14349.

vez fijados los términos y emitida la factura, se procede al pago acordado en el CPSP y, posteriormente, se inicia la prestación de los servicios de espacios de publicidad.

Asimismo, con la exhibición de los CPSP-TELECOM por parte de [redacted] y [redacted] se acredita que, a efecto de que ESTUDIOS AZTECA esté en posibilidad de prestar el servicio de espacios de publicidad en TV radiodifundida, es necesario que exista un CPSP firmado por ambas partes.

En el caso que nos ocupa, si bien el primer proyecto del CPSP con ESTUDIOS AZTECA fue firmado y enviado por COFRESA, ESTUDIOS AZTECA informó a COFRESA que el CPSP- AZTECA 2013 tenía un error y habría que modificar la cláusula número trece, a la que adicionó un párrafo, proyecto que no quiso formalizar la DENUNCIANTE, quien realizó conjeturas sobre una supuesta negativa por parte de TV AZTECA para no transmitir sus spots y decidió no continuar con la negociación, firma del CPSP- AZTECA 2013 y el pago correspondiente.

c) Respuesta de [redacted] al OFICIO [redacted] 056/2015

Mediante escritos presentados ante este INSTITUTO el quince de septiembre, catorce de octubre y nueve de noviembre, de dos mil quince [redacted]

[redacted] 540

d) Respuesta de [redacted] al OFICIO [redacted] 051/2015

Mediante escrito presentado ante este INSTITUTO el diecinueve de agosto de dos mil quince, [redacted]

[redacted] 541

Asimismo, presentó nueve CPSP celebrados con [redacted]

e) Respuesta de [redacted] al OFICIO [redacted] 027/2015

Mediante escrito presentado ante este INSTITUTO el diecinueve de mayo de dos mil quince, [redacted]

[redacted] 542

Por su parte, en ese escrito presentó un CPSP celebrado con [redacted]

[redacted] 543

f) Respuesta de [redacted] al OFICIO [redacted] 007/2016

Mediante escrito presentado ante este INSTITUTO el treinta de marzo de dos mil dieciséis, [redacted]

[redacted] 544

⁵⁴⁰ Folios 10582 a 10591.

⁵⁴¹ Folios 10113 a 10121.

⁵⁴² Folios 9223 a 9236.

⁵⁴³ Folios 9208 a 9222.

⁵⁴⁴ Folios 13648, 13649 y 13650.

- II. declaren haber oído pronunciar las palabras, presenciado el acto o visto el hecho material sobre que depongan;
- III. por su edad, capacidad o instrucción, tengan el criterio necesario para juzgar el acto.
- IV. por su probidad, por la independencia de su posición o por sus antecedentes personales, tengan completa imparcialidad;
- V. por sí mismos conozcan los hechos sobre que declaren, y no por inducciones ni referencias de otras personas;
- VI. su declaración sea clara, precisa, sin dudas ni reticencias, sobre la substancia del hecho y sus circunstancias esenciales.
- VII. no hayan sido obligados por fuerza o miedo, ni impulsados por engaño, error o soborno, y
- VIII. den fundada razón de su dicho.

En este aspecto, a continuación se describirán las comparecencias referidas y se analizarán los elementos referidos.

a) Comparecencia de [REDACTED] * 547

El Titular de la DGPMCI citó⁵⁴⁸ a comparecer a [REDACTED] * para que se presentara ante este INSTITUTO a declarar en su carácter de tercero coadyuvante y en su calidad de Directora Comercial de Ventas de TELEvisa, toda vez que en respuesta al numeral 1 del OFICIO TELEvisa 067/2015,⁵⁴⁹ TELEvisa respondió que [REDACTED] * tuvo a su cargo la cuenta comercial de COFRESA durante el año dos mil trece.

De esta manera, el veintidós de junio de dos mil dieciséis, [REDACTED] * compareció en las instalaciones de este INSTITUTO a fin de declarar ante la AUTORIDAD INVESTIGADORA respecto de diversos hechos denunciados y que fueron materia de la investigación tramitada en el EXPEDIENTE, acompañada por sus abogados.

En este sentido, el análisis de los elementos establecidos en el artículo 215 del CFPC se realiza en los siguientes términos:

i) Que convengan en lo esencial del acto, aun cuando difiera en los accidentes

Según lo manifestado por [REDACTED] * existió un proceso de negociación y contratación de espacios de publicidad en TV radiodifundida entre COFRESA y TELEvisa, y tuvo conocimiento de lo anterior, ya que estuvo a cargo de la cuenta comercial de COFRESA en el año dos mil

⁵⁴⁷ Folios 14403 a 14428.

⁵⁴⁸ Mediante oficio número IFT/110/AI/DG-PMCI/044/2016 emitido el trece de junio de dos mil dieciséis. Folios 14352 a 14358.

⁵⁴⁹ La pregunta contenida en el numeral 1 del OFICIO TELEvisa 067/2015 se formuló en los siguientes términos: "En respuesta al numeral 12 del ANEXO ÚNICO del oficio número IFT/110/AI/DG-PMCI/011/2014 emitido en el EXPEDIENTE el dieciocho de noviembre de dos mil catorce (en adelante, OFICIO I), contenida en el Anexo 12 de su escrito de trece de enero de dos mil quince (en adelante, ESCRITO I), TELEvisa hizo diversas manifestaciones respecto a las negociaciones con COFRESA sobre la prestación de servicios publicitarios. Al respecto: a) Mencione el (los) nombre(s) completo(s) del (de los) gerente(s) y/o director(es) comercial(es) de TELEvisa, encargado(s) de la cuenta comercial relacionada con la negociación de la prestación de servicios publicitarios para COFRESA, correspondiente al año dos mil trece. Mencione el nombre completo del cargo que esa o esas personas ocuparon al desempeñar la función referida en el inciso anterior."

trece;⁵⁵⁰ no obstante la existencia de estos procesos, el anuncio publicitario objeto del CPSP-GTV 2013 no fue transmitido en las señales de TV radiodifundida en que TELEvisa comercializa sus espacios de publicidad, toda vez que "(n) o se pagó y tampoco (...) entregó (COFRESA) el material en el formato que debía ser".⁵⁵¹

Asimismo, [REDACTED] manifestó que hubo un proceso de revisión de calidad y contenido del anuncio publicitario de la CAMPAÑA, del cual se desprendió que el mismo no cumplía con los requisitos pre-establecidos de calidad y contenido, toda vez que fue entregado en una unidad USB y, en consecuencia, no se podía insertar en el master de TELEvisa, además de que el material contenía marcas de terceros.⁵⁵²

En efecto, [REDACTED] manifestó tener conocimiento de los procesos de negociación y contratación de los servicios publicitarios en TV radiodifundida provistos por TELEvisa y demandados por COFRESA en el año dos mil trece, y precisó que dichos procesos iniciaron en agosto de dos mil trece⁵⁵³ proporcionando diversa información sobre los mismos, como fecha de firma del contrato, objeto del contrato, nombre del personal de COFRESA con el que negoció, formato en el que se presentó el anuncio publicitario de la CAMPAÑA por parte de COFRESA, el hecho de que COFRESA no pagó el monto pactado en el contrato, la fecha y circunstancias de envío de la factura e información de pago por parte de TELEvisa, el personal de TELEvisa involucrado con la cuenta de COFRESA, entre otras cuestiones; sin embargo, indicó que "aunque haya pasado mucho tiempo traté de recordar y ser lo más precisa para contestar (...)".⁵⁵⁴

ii) Que declare haber presenciado el acto

De acuerdo con las declaraciones de [REDACTED], al momento de los hechos materia de la presente investigación, se desempeñó como "Directora Comercial de Televisa".⁵⁵⁵

Entre las funciones que desempeñaba como Directora Comercial en el año dos mil trece, se encontraba la negociación con clientes potenciales o clientes de TELEvisa, respecto a la venta de espacios publicitarios en las señales de TV radiodifundida en territorio nacional.⁵⁵⁶ Asimismo, declaró haber tenido a su cargo la cuenta comercial de COFRESA en los años dos mil doce y

⁵⁵⁰ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "28. Señale si usted tuvo a su cargo la cuenta comercial de COFRESA, como cliente de prestación de servicios publicitarios en las señales de televisión radiodifundida que comercializa Televisa, S.A. de C.V. en los años dos mil doce y dos mil trece". Folio 14413.

⁵⁵¹ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "46. Mencione por qué le consta que el anuncio publicitario de COFRESA no fue transmitido en el año dos mil trece en las señales de televisión radiodifundida donde comercializa espacios de publicidad Televisa, S.A. de C.V.". Folio 14417.

⁵⁵² La pregunta se formuló en los siguientes términos: "37. Señale si tiene conocimiento de que se haya autorizado por las áreas de control de calidad y de contenido, el anuncio publicitario de COFRESA que sería transmitido al amparo del contrato de prestación de servicios publicitarios celebrado entre Televisa, S.A. de C.V. y COFRESA en el año dos mil trece". Folio 14415.

⁵⁵³ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "34. Señale las fechas en las que transcurrió el proceso de negociación con COFRESA en el año dos mil trece". Folio 14414.

⁵⁵⁴ Folio 14419.

⁵⁵⁵ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "8. Señale los puestos o cargos donde previamente ha desempeñado funciones de venta de publicidad en televisión radiodifundida para Televisa, S.A. de C.V., indicando el año o periodo correspondiente para cada puesto o cargo". Folio 14409.

⁵⁵⁶ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "10. Señale si dentro de sus funciones como Directora Comercial se encontraba la de realizar negociaciones con clientes potenciales o clientes actuales de Televisa, S.A. de C.V., respecto de la venta de espacios publicitarios en las señales de televisión radiodifundida en territorio nacional". Folio 14409.

dos mil trece, respecto a la prestación de servicios publicitarios en las señales de TV radiodifundida que comercializa TELEVISA.⁵⁵⁷

iii) Que tenga el criterio necesario para juzgar el acto

La compareciente no es menor de edad y se considera que cuenta con los conocimientos y experiencia necesarios sobre los hechos por los que fue interrogada debido a que reconoció haber participado en las negociaciones llevadas a cabo con personal de COFRESA y relacionadas con la contratación de servicios publicitarios en TV radiodifundida que comercializa TELEVISA.

Asimismo, reconoció haber enviado a COFRESA la CARTA-CONTRATO,⁵⁵⁸ como parte de sus funciones como Directora Comercial, entre las cuales se encuentra la relativa a realizar negociaciones con clientes o clientes potenciales de TELEVISA, respecto a la venta de los espacios de publicidad que comercializa en TV radiodifundida.⁵⁵⁹

iv) Por lo que hace a su probidad, independencia de su posición o antecedentes personales

No se advierte elemento alguno que sugiera a este INSTITUTO que su declaración se encuentre influida por algún interés que afecte su credibilidad u honradez. Si bien se advierte que la compareciente labora para uno de los agentes económicos denunciados, durante la diligencia, se concretó a narrar circunstancias de modo, lugar y tiempo relacionadas con los hechos en los cuales estuvo presente y tuvo conocimiento, sin que de sus declaraciones se desprendan elementos que denoten alguna antipatía o animadversión respecto de los mismos.

Adicionalmente, dichas circunstancias de modo, tiempo y lugar fueron confirmadas por las manifestaciones realizadas por COFRESA, tanto en la denuncia como en el DESAHOGO-PREVENCIÓN, en específico respecto a los hechos referidos en el siguiente inciso.

v) Que conozca por sí misma los hechos

La compareciente tuvo conocimiento directo de los hechos, toda vez que como se describió en el inciso ii) anterior, durante el año dos mil trece estuvo a cargo de la cuenta comercial de COFRESA.

vi) Que la declaración sea clara y precisa sobre la sustancia de los hechos

Las respuestas brindadas por la compareciente son claras y precisas, sin que de éstas se pueda advertir duda o reticencia en la construcción y exposición de sus ideas.

⁵⁵⁷ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "28. Señale si usted tuvo a su cargo la cuenta comercial de COFRESA, como cliente de prestación de servicios publicitarios en las señales de televisión radiodifundida que comercializa Televisa, S.A. de C.V. en los años dos mil doce y dos mil trece". Folio 14413.

⁵⁵⁸ Durante la diligencia se señaló lo siguiente: "En este momento y con fundamento en el artículo 38 del RLFCE, el comisionado C. Rubén Guerrero García para desahogar la presente diligencia muestra a la compareciente copia simple de una carta sin fecha dirigida a la C. [REDACTED] que hace referencia al contrato de prestación de servicios publicitarios celebrado entre Televisa, S.A. de C.V. y COFRESA de fecha primero de septiembre de dos mil trece", documento que reconoció. Folio 14417.

⁵⁵⁹ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "10. Señale si dentro de sus funciones como Directora Comercial se encontraba la de realizar negociaciones con clientes potenciales o clientes actuales de Televisa, S.A. de C.V., respecto de la venta de espacios publicitarios en las señales de televisión radiodifundida en territorio nacional". Folio 14409.

vii) Que no haya sido obligada

No existen elementos que apunten a que la compareciente haya sido obligada a declarar, que mostrara temor en sus declaraciones, ni que haya sido impulsada a declarar por engaño, error o soborno. Así, [REDACTED]* compareció y acudió a declarar ante la AUTORIDAD INVESTIGADORA por voluntad y en compañía de sus abogados.

viii) Que exista una razón de su dicho

La compareciente señaló que tenía conocimiento de los hechos investigados, toda vez que "(...) tenía asignada la cuenta de COFRESA como Directora Comercial ofreciéndole el servicio para la compra de espacios publicitarios, porque la razón principal de estar ahí es que soy vendedor y me dedico a traer ingresos a la empresa y me caracterizo por llevar una extraordinaria relación de servicio con mis clientes, aunque no participen o hayan invertido en Televisa (...)".⁵⁶⁰

En virtud de lo anterior, la comparecencia de [REDACTED]* se adminicula con la DENUNCIA, los CORREOS COFRESA-TELEVISA, la CARTA-CONTRATO y la respuesta al OFICIO TELEVISA 067/2015 en términos del artículo 197 del CFPC y, en consecuencia, se acredita que:

1. en el mes de agosto de dos mil trece, COFRESA inició el proceso de negociación y contratación de los servicios publicitarios que TELEVISA comercializa en TV radiodifundida;
2. la negociación entre COFRESA y TELEVISA transcurrió entre los meses de agosto y finales de septiembre de dos mil trece, por lo que durante ese tiempo hubo una constante comunicación entre [REDACTED]* y [REDACTED]* con [REDACTED]*;
3. TELEVISA y COFRESA celebraron el CPSP-GTV 2013;
4. COFRESA no realizó el pago al que se comprometió en el CPSP-GTV 2013 y, en consecuencia, TELEVISA no transmitió el anuncio publicitario de la CAMPAÑA, y
5. hubo un proceso de revisión del contenido del anuncio publicitario de la CAMPAÑA, toda vez que el mismo no cumplía con los requisitos pre-establecidos de calidad y contenido, al haber sido entregado en una unidad USB y, en consecuencia, no se podía insertar en el master de TELEVISA, además de contener marcas de terceros.

Asimismo, esta comparecencia se adminicula con la de [REDACTED]* en términos de los artículos 197 y 215, fracción I del CFPC, a efecto de acreditar la existencia del proceso de negociación del [REDACTED]* y el consiguiente proceso de contratación relacionado con el seguimiento y desarrollo de las gestiones y actos posteriores a la firma del CPSP-GTV 2013, a efecto de lograr la transmisión de la CAMPAÑA en la señales de TV radiodifundida en que TELEVISA comercializa espacios publicitarios.

En este sentido, los comparecientes coincidieron en el hecho de que si bien ambos procesos transcurrieron de manera natural, la contraprestación pactada consistente en el pago que COFRESA debía hacer no tuvo lugar.

Finalmente, las declaraciones de [REDACTED]* se adminiculan con las comparecencias de [REDACTED]* y de [REDACTED]* en términos de los artículos 197 y 215, fracción I del CFPC, a efecto de acreditar la existencia de una etapa de revisión del contenido de los anuncios publicitarios que se pretenden transmitir en las señales comercializadas por TELEVISA, la cual incluye la revisión de la inclusión de marcas de terceros y los derechos que los clientes de TELEVISA tienen sobre dichas marcas.

⁵⁶⁰ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "59. Que la compareciente señale la razón y los motivos por los cuales le constan o conoce los hechos manifestados en esta diligencia". Folio 14419.

incluye la revisión de la inclusión de marcas de terceros y los derechos que los clientes de TELEvisa tienen sobre dichas marcas.

En este sentido, [REDACTED] y [REDACTED] coincidieron en que el contenido del anuncio de COFRESA fue revisado, toda vez que contenía marcas de terceros, lo cual no fue objeto de la negociación ni materia del CPSP-GTV 2013.

b) Comparecencia de [REDACTED]⁵⁶¹

El Titular de la DGPMCI solicitó⁵⁶² a [REDACTED] que se presentara ante este INSTITUTO a comparecer en su carácter de tercero coadyuvante, toda vez que de los CORREOS COFRESA-TELEvisa se desprende que sostuvo diversas comunicaciones con personal COFRESA durante el año dos mil trece en los procesos de negociación y contratación de los servicios publicitarios solicitados por COFRESA a TELEvisa.

De esta manera, el veintidós de junio de dos mil dieciséis, [REDACTED] acudió a las instalaciones de este INSTITUTO a fin de comparecer ante la AUTORIDAD INVESTIGADORA, y declarar respecto de diversos hechos motivo de la investigación tramitada en el EXPEDIENTE, acompañada por sus abogados.

En este sentido, el análisis de los elementos establecidos en el artículo 215 del CFPC, se realiza en los siguientes términos:

I) Que convengan en lo esencial del acto, aun cuando difiera en los accidentés

Según lo manifestado por [REDACTED], sí existió un proceso de contratación de espacios de publicidad en TV radiodifundida entre COFRESA y TELEvisa, toda vez que ella participó en el mismo, señalando que "(...) cuando mi jefa se fue de vacaciones me pidió que le diera seguimiento al contrato que ya previamente se había negociado y pues fue un tema de enviar el contrato, que me lo regresaran firmado, enviar la documentación que tenemos pendiente para que nos pagaran y empezaran a pautar";⁵⁶³ no obstante, su desarrollo, el anuncio publicitario objeto del CPSP-GTV 2013 no fue transmitido en las señales de TV radiodifundida en que TELEvisa comercializa sus espacios de publicidad, toda vez que "(n) nunca se pagaron."⁵⁶⁴

Asimismo, [REDACTED] indicó tener conocimiento del proceso de negociación de los servicios publicitarios en TV radiodifundida provistos por TELEvisa y demandados por COFRESA en el año dos mil trece, respecto del CPSP-GTV 2013,⁵⁶⁵ y proporcionó información relacionada con el proceso mencionado, sin que recordara las fechas de su participación en el mismo indicando que: "(l)as fechas exactas no sé, debió haber sido, después de mitad de año o al final del año."⁵⁶⁶

⁵⁶¹ Folios 14429 a 14451.

⁵⁶² Mediante oficio número IFT/110/AI/DG-PMCI/045/2016 emitido el trece de junio de dos mil dieciséis. Folios 14359 a 14365.

⁵⁶³ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "34. Señale si usted participó en el proceso de contratación de COFRESA que se llevó a cabo a efecto de celebrar el contrato de prestación de servicios publicitarios entre Televisa S.A. de C.V. y COFRESA en el año dos mil trece". Folio 14439.

⁵⁶⁴ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "43. Señale las razones de por qué no fue transmitido el anuncio publicitario de COFRESA en el año dos mil trece en las señales de televisión radiodifundida donde comercializa espacios de publicidad Televisa, S.A. de C.V.". Folio 14440.

⁵⁶⁵ La pregunta se formuló en los siguientes términos: Mencione si es de su conocimiento que Televisa, S.A. de C.V. celebró un contrato de prestación de servicios publicitarios con Comercializadora de Frecuencias Satelitales, S. de R.L. de C.V. (en delante, COFRESA) en el año dos mil trece". Folio 14438.

⁵⁶⁶ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "39. Señale las fechas en las que intervino durante el proceso de contratación entre COFRESA y Televisa, S.A. de C.V. en el año dos mil trece". Folio 14439.

Finalmente, [REDACTED] * manifestó que dentro del proceso de contratación de espacios publicitarios en las señales que comercializa TELEvisa existe una etapa de revisión y que TELEvisa siempre verifica que sus clientes tengan el derecho de usar las marcas que incorporan en sus materiales publicitarios.⁵⁶⁷

ii) Que declare haber presenciado el acto

De acuerdo a las manifestaciones vertidas por [REDACTED] *, al momento de los hechos materia de la presente investigación, dicha persona se desempeñó como "(...) gerente de ventas o gerente comercial (...)".⁵⁶⁸ Además, manifestó que ella dio seguimiento a la cuenta comercial de COFRESA.⁵⁶⁹

Entre las funciones que desempeñaba como Gerente de Ventas en el año dos mil trece, se encontraba aquella relacionada con la responsabilidad de "(s)eguimiento de cartera de clientes (...) administración y operación de las cuentas (...)".⁵⁷⁰ respecto de la venta de espacios publicitarios en las señales de TV radiodifundida en territorio nacional.

iii) Que tenga el criterio necesario para juzgar el acto

Se considera que la compareciente cuenta con los conocimientos necesarios sobre los hechos por los que fue interrogada debido a que reconoció haber participado en el proceso de contratación de espacios publicitarios que comercializa TELEvisa en TV radiodifundida para la cuenta de COFRESA en el año dos mil trece, pues una de sus funciones era la relacionada con el seguimiento, administración y operación de cuentas comerciales a su cargo

Asimismo, reconoció haber enviado a COFRESA la CARTA-FACTURA,⁵⁷¹ todo ello dentro de sus funciones como Gerente de Ventas, entre las cuales se encuentra la relativa a dar seguimiento a la cartera de clientes o clientes potenciales de TELEvisa respecto de la venta de los espacios de publicidad que comercializa en TV radiodifundida.⁵⁷²

iv) Por lo que hace a su probidad, independencia de su posición o antecedentes personales

No se observa elemento de convicción alguno que sugiera que su declaración se encuentre viciada por algún interés que afecte su credibilidad. Si bien se advierte que la compareciente labora para uno de los agentes económicos denunciados, durante la diligencia, se concretó a narrar los hechos en los cuales estuvo presente, sin que de sus manifestaciones se desprendieran narraciones que denotaran alguna antipatía o animadversión respecto de los mismos, incluso dejó claro que durante su trabajo como Gerente de Ventas, su objetivo era

⁵⁶⁷ Las preguntas relevantes se formularon en los siguientes términos: "24. Señale si (...) se tendrá que verificar que el cliente tenga los derechos para usar la marca de un tercero" y "29. Señalé en que (sic) consistían los términos y condiciones bajo los cuales Televisa, S.A. de C.V. comercializaba espacios publicitarios en las señales de televisión radiodifundida en el año dos mil trece". Folios 14437 y 14438.

⁵⁶⁸ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "9. Señale los puestos o cargos donde previamente ha desempeñado funciones de venta de publicidad en señales de televisión radiodifundida comercializados por Televisa, S.A. de C.V., indicando el año o periodo correspondiente para cada puesto o cargo". Folio 14435.

⁵⁶⁹ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "41. Mencione por qué le consta que el anuncio publicitario de COFRESA no fue transmitido en el año dos mil trece en las señales de televisión radiodifundida donde comercializa espacios de publicidad Televisa, S.A. de C.V.". Folio 14440.

⁵⁷⁰ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "12. Señale las funciones que desempeñaba en su puesto como Gerente de Ventas durante el año dos mil trece". Folio 14435.

⁵⁷¹ Folios 14440 y 14441.

⁵⁷² La pregunta se formuló en los siguientes términos: "12. Señale las funciones que desempeñaba en su puesto como Gerente de Ventas durante el año dos mil trece". Folio 14435.

llegar a su presupuesto de ventas para la empresa.⁵⁷³ Asimismo, durante la comparecencia estuvo acompañada de tres abogados.

v) **Que por sí misma conozca los hechos**

La compareciente tuvo conocimiento directo de los hechos, toda vez que en el año dos mil trece ella llevaba la cuenta comercial de COFRESA, tal como se ha descrito en el Inciso ii) anterior; incluso manifestó tener conocimiento de que el anuncio publicitario de COFRESA relacionado con el CPSP-GTV 2013 no fue transmitido debido a la omisión de pago por parte de COFRESA.⁵⁷⁴

vi) **Que la declaración sea clara y precisa sobre la sustancia de los hechos**

En cuanto a las preguntas sustanciales de la diligencia, del acta respectiva no se observó que dudara en la formulación de sus respuestas. Durante la diligencia se concretó a narrar los hechos en los cuales estuvo presente, sin que de sus manifestaciones se desprendieran narraciones que denotaran alguna antipatía o animadversión respecto de los mismos.

vii) **Que no haya sido obligada**

En el acta, no se observa que la compareciente mostrara la existencia de temor o miedo ni impulsada por engaño, error o soborno, durante el desahogo de la diligencia, es decir, que * [REDACTED] compareció y acudió al INSTITUTO por voluntad y en compañía de sus abogados.

viii) **Que exista una razón de su dicho**

Se observa que le consta por qué tuvo conocimiento de los hechos investigados, toda vez que manifestó su conocimiento sobre la contratación de los servicios publicitarios que comercializa TELEvisa en TV radiodifundida por parte de COFRESA en el año dos mil trece, ya que manifestó: "(...) yo llevaba la cuenta, yo trabajaba para Televisa (...)".⁵⁷⁵

En virtud de lo anterior, la comparecencia de * [REDACTED] 045/2016 se adminicula con la DENUNCIA, los CORREOS COFRESA-TELEvisa, la CARTA-FACTURA y la respuesta al OFICIO TELEvisa 011/2014, en términos del artículo 197 del CFPC, acredita lo siguiente:

1. COFRESA y TELEvisa sostuvieron un proceso de negociación y contratación de los servicios publicitarios que comercializa TELEvisa en TV radiodifundida.
2. Durante el proceso de contratación de servicios publicitarios en TV radiodifundida entre TELEvisa y COFRESA, la Gerente de Ventas encargada de la cuenta comercial de COFRESA tuvo comunicación constante con * [REDACTED].
3. TELEvisa y COFRESA celebraron el CPSP-GTV 2013.
4. COFRESA no realizó el pago/al que se comprometió en el CPSP-GTV 2013, por lo tanto TELEvisa no transmitió el anuncio publicitario de la CAMPAÑA.
5. Dentro del proceso de contratación de espacios publicitarios en las señales que comercializa existe una etapa de revisión del contenido del anuncio publicitario y que en

⁵⁷³ Ídem.

⁵⁷⁴ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "41. Mencione por qué le consta que el anuncio publicitario de COFRESA no fue transmitido en el año dos mil trece en las señales de televisión radiodifundida donde comercializa espacios de publicidad Televisa, S.A. de C.V.". Folio 14440.

⁵⁷⁵ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "59. Que la compareciente señale la razón y los motivos por los cuales le constan o conoce los hechos manifestados en esta diligencia". Folio 14441.

todo caso se verifica que el cliente de que se trate tenga el derecho para usar marcas de terceros.

Asimismo se adminicula con la comparecencia de [REDACTED] * en términos de los artículos 197 y 215, fracción I del CFPC, con la finalidad de acreditar la existencia del proceso de negociación del CPSP-GTV 2013 y el consiguiente proceso de contratación relacionado con el seguimiento y desarrollo de las gestiones y actos posteriores a la firma del CPSP-GTV 2013, a efecto de lograr la transmisión de la CAMPANA en la señales de TV radiodifundida en que TELEvisa comercializa espacios publicitarios.

Los comparecientes coincidieron en el hecho de que si bien ambos proceso transcurrieron de manera natural, la contraprestación pactada consistente en el pago que COFRESA debía hacer no tuvo lugar.

Finalmente, la comparecencia de [REDACTED] * se adminicula con las comparecencias de [REDACTED] * y de [REDACTED] * en términos de los artículos 197 y 215, fracción I del CFPC, a efecto de acreditar la existencia de una etapa de revisión del contenido de los anuncios publicitarios que se pretenden transmitir en las señales comercializadas por TELEvisa, la cual incluye la revisión de la inclusión de marcas de terceros y los derechos que los clientes de TELEvisa tienen sobre dichas marcas.

c) Comparecencia de [REDACTED] * 576

El Titular de la DGPMCI solicitó⁵⁷⁷ a [REDACTED] * que se presentara ante este INSTITUTO a comparecer en su carácter de tercero coadyuvante, toda vez que en respuesta al numeral 1, a) del OFICIO TELEvisa 053/2016,⁵⁷⁸ TELEvisa señaló que "con el objeto de verificar que COFRESA contaba con la autorización de diversas marcas y nombres comerciales respecto de su uso, se manifiesta a este Instituto que el encargado de realizar la revisión conducente del anuncio publicitario, relacionado con la negociación de la prestación de servicios publicitarios para COFRESA [REDACTED] * con cargo de Director General Jurídico Corporativo (...)"

De esta manera, el doce de septiembre de dos mil dieciséis, [REDACTED] * se presentó en las instalaciones de este INSTITUTO a fin de comparecer ante la AUTORIDAD INVESTIGADORA y declarar respecto de diversos hechos motivo de la investigación tramitada en el EXPEDIENTE, acompañado por sus abogados.

⁵⁷⁶ Folios 15606 a 15622.

⁵⁷⁷ Mediante oficio número IFT/110/AI/DG-PMCI/090/2016 emitido el treinta y uno de agosto de dos mil dieciséis. Folios 15536 a 15542.

⁵⁷⁸ La pregunta contenida en el numeral 1 a) se formuló en los siguientes términos: "Respecto de sus respuestas al numeral 4, incisos a) y b) del ANEXO ÚNICO del (OFICIO TELEvisa 014/2015), contenidas en su escrito de veintinueve de mayo de dos mil quince, TELEvisa realizó diversas manifestaciones relacionadas con el uso de marcas y nombres comerciales distintos a COFRESA que identificó dentro del anuncio publicitario objeto del contrato de prestación de servicios publicitarios celebrado entre TELEvisa y COFRESA en el año dos mil trece (en adelante, CPSP 2013), así como del procedimiento seguido por su representada a efecto de verificar que COFRESA contaba con la autorización de diversas marcas y nombres comerciales respecto de su uso. Al respecto: a) mencione el (los) nombre(s) completo(s) y el nombre del (de los) cargo(s) del (de las) persona(s), que durante el proceso de control técnico y de calidad realizaron la revisión del anuncio publicitario de COFRESA, relacionado con el CPSP 2013. Asimismo, señale el (los) nombre(s) completo(s) y cargo(s) del (de los) superior(es) jerárquico(s) de dicha(s) persona(s)".

En este sentido el análisis de los elementos establecidos en el artículo 215 del CFPC se realiza en los siguientes términos:

i) Que convengan en lo esencial del acto, aun cuando difiera en los accidentes

Según lo manifestado por [REDACTED] * existió un proceso de revisión de carácter legal del anuncio publicitario de COFRESA, toda vez que la dirección de la cual él forma parte dentro de TELEvisa, llevó a cabo dicha revisión en el año dos mil trece.⁵⁷⁹ La revisión de referencia se llevó a cabo, ya que se advirtió que existía una contradicción entre los términos contratados por COFRESA y el material incluido en el anuncio publicitario de la CAMPAÑA, toda vez que el contrato únicamente se negoció para promocionar marcas propias y el comercial incluía marcas de terceros.⁵⁸⁰

ii) Que declare haber presenciado el acto

De acuerdo con las manifestaciones de [REDACTED] * el compareciente se desempeña como "Director General Jurídico Corporativo"⁵⁸¹ "(desde) dos mil doce o dos mil trece",⁵⁸² es decir, al momento de la revisión del anuncio publicitario de COFRESA en dos mil trece ocupaba el cargo de Director General Jurídico Corporativo, mismo que tiene las funciones "de dar servicios jurídicos a diversas empresas relacionadas con [REDACTED] *"⁵⁸³

iii) Que tenga el criterio necesario para juzgar el acto

Se considera que el compareciente cuenta con los conocimientos necesarios sobre los hechos por los que fue interrogado debido a que reconoció haber participado en la revisión llevada a cabo del anuncio publicitario presentado por COFRESA a TELEvisa en dos mil trece.

iv) Por lo que hace a su probidad, independencia de su posición o antecedentes personales

No se observa elemento de convicción alguno que sugiera que su declaración se encuentre influida por algún interés que afecte su credibilidad. Si bien se advierte que el compareciente labora para uno de los agentes económicos denunciados, durante la diligencia, se concretó a narrar los hechos en los cuales estuvo presente, sin que de sus manifestaciones se desprendieran narraciones que denotaran alguna antipatía o animadversión respecto de los mismos. Asimismo, durante la comparecencia estuvo acompañado de dos abogados.

v) Que por sí mismo conozca los hechos

El compareciente tuvo conocimiento directo de los hechos, toda vez que como se describió en el inciso ii) anterior, él llevó a cabo la revisión del anuncio publicitario de COFRESA en el año dos mil trece.

⁵⁷⁹ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "16. Usted recuerda que se hubiera hecho alguna revisión por parte de su Dirección, relacionado con temas de marcas o propiedad intelectual, con relación al contrato referido en el numeral anterior", Folio 15613.

⁵⁸⁰ Las preguntas que dieron lugar a dichas manifestaciones se formularon en los siguientes términos: "17. (...) señale en qué consistió dicha revisión", "18. Podría señalar sobre qué versó dicha contradicción", Folios 15613 y 15614.

⁵⁸¹ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "2. Señale el puesto o cargo que ocupa actualmente dentro de [REDACTED] *", Folio 15610.

⁵⁸² La pregunta se formuló en los siguientes términos: "3. Proporcione la fecha en que inició dicho cargo o puesto" y se encuentra en los folios 15610 y 15611.

⁵⁸³ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "4. Señale las funciones que desempeña en su puesto actual" y se encuentra en el folio 15611.

vi) Que la declaración sea clara y precisa sobre la sustancia de los hechos

En cuanto a las preguntas sustanciales de la diligencia, del acta respectiva, no se observó que dudara en la formulación de sus declaraciones al contestar las preguntas planteadas a lo largo de la diligencia, sin mostrarse dubitativo en la construcción y exposición de sus ideas.

vii) Que no haya sido obligado

En el acta no se observa que la compareciente mostrara la existencia de temor o miedo ni impulsada por engaño, error o soborno durante el desahogo de la diligencia, es decir, que [REDACTED] compareció y acudió al INSTITUTO por voluntad y en compañía de sus abogados.

viii) Que exista una razón de su dicho

Se observa que el compareciente manifestó que "me consta en lo que se refiere al contexto de mi puesto y mis responsabilidades, porque yo las desempeñé en el sentido manifestado".⁵⁸⁴

En virtud de lo anterior, la comparecencia de [REDACTED] se adminicula con las respuestas a los OFICIO TELEVISA 014/2015 y OFICIO TELEVISA 053/2016, así como con el CPSP-GTV 2013, y en términos del artículo 197 del CFPC, acredita lo siguiente:

1. que hubo un proceso de revisión del anuncio publicitario de COFRESA en el dos mil trece, del cual él formó parte;
2. que la revisión del anuncio publicitario de COFRESA versó sobre temas de marcas y propiedad intelectual, y
3. que de la revisión del CPSP-GTV 2013 y del contenido del anuncio publicitario se advirtió una inconsistencia, toda vez que COFRESA contrató espacios publicitarios exclusivamente para anunciar marcas propias y el anuncio publicitario incluía marcas de terceros.

Finalmente, la comparecencia de [REDACTED] se adminicula con las comparecencias de [REDACTED] y de [REDACTED] en términos de los artículos 197 y 215, fracción I del CFPC, a efecto de acreditar la existencia de una etapa de revisión del contenido de los anuncios publicitarios que se pretenden transmitir en las señales comercializadas por TELEVISA, la cual incluye la revisión de la inclusión de marcas de terceros y los derechos que los clientes de TELEVISA tienen sobre dichas marcas.

En este sentido, [REDACTED] y [REDACTED] coincidieron en que el contenido del anuncio de COFRESA fue revisado, toda vez que contenía marcas de terceros, lo cual no fue objeto de la negociación del CPSP-GTV 2013.

d) Comparecencia de [REDACTED]⁵⁸⁵

El Titular de la DGPMCI solicitó⁵⁸⁶ a [REDACTED] que se presentara ante este INSTITUTO a comparecer en su carácter de tercero coadyuvante, toda vez que de la respuesta al numeral

⁵⁸⁴ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "59. Que el compareciente señale la razón de su dicho". Folio 15615.

⁵⁸⁵ Folios 15578 a 15596.

⁵⁸⁶ Mediante oficio número IFT/110/AI/DG-PMCI/052/2016 emitido el treinta de junio de dos mil dieciséis se requirió la presencia de [REDACTED] a efecto de que compareciera el doce de julio de dos mil dieciséis ante la AUTORIDAD INVESTIGADORA de este INSTITUTO a dar respuesta a diversos cuestionamientos relacionados con los hechos investigados en el EXPEDIENTE. Folios 14810 a 14816. No obstante, de conformidad con el acta de doce de julio de dos mil dieciséis, [REDACTED] no se presentó en el día,

1 a) del OFICIO ESTUDIOS AZTECA 039/2016,⁵⁸⁷ ESTUDIOS AZTECA respondió que [REDACTED] * estuvo encargada de la cuenta comercial de COFRESA y en su carácter de Gerente de Ventas estuvo involucrada en la negociación de la contratación de espacios publicitarios a solicitud de COFRESA, durante el año dos mil trece.

De esta manera, el primero de septiembre de dos mil dieciséis, [REDACTED] * se presentó en las instalaciones de este INSTITUTO a fin de comparecer ante la AUTORIDAD INVESTIGADORA y declarar respecto de diversos hechos motivo de la investigación tramitada en el EXPEDIENTE, acompañada por sus abogados.

En este sentido, el análisis de los elementos establecidos en el artículo 215 del CFPC se realiza en los siguientes términos:

i) Que convengan en lo esencial del acto, aun cuando difiera en los accidentes

Según lo manifestado por [REDACTED] * existió un proceso de negociación entre COFRESA y ESTUDIOS AZTECA, en dos mil trece, lo cual le consta, toda vez que de acuerdo a sus funciones ella fue el contacto de ESTUDIOS AZTECA frente a COFRESA;⁵⁸⁸ no obstante la existencia de estos procesos, el anuncio publicitario de la CAMPAÑA no fue transmitido en las señales de TV radiodifundida en que ESTUDIOS AZTECA comercializa sus espacios de publicidad, ya que "Dish no quiso hacer las modificaciones (...) al spot".⁵⁸⁹ Lo cual manifestó era de su conocimiento toda vez que "no me mandaron el spot con las modificaciones".⁵⁹⁰

En este sentido, manifestó que fue ella quien solicitó por correo electrónico a [REDACTED] * que se hicieran diversas modificaciones al contenido del anuncio publicitario de la CAMPAÑA, para lo cual acordaron que los jurídicos tendrían que comunicarse.⁵⁹¹

Asimismo, [REDACTED] * manifestó, respecto a la modificación de la cláusula décimo tercera del CPSP-AZTECA 2013, que ella le comunicó a [REDACTED] * que el contrato tenía un error y que se lo tendría que volver a mandar;⁵⁹² asimismo, manifestó que la modificación a los contratos es una práctica común, ya que el contrato va y viene entre los jurídicos de las empresas contratantes a través de los gerentes de ventas, toda vez que ellos fungen como

lugar y hora señalados a efecto de que se llevara a cabo la comparecencia referida. Folios 14890 a 14895. En ese sentido, mediante acuerdo de fecha dieciocho de agosto de dos mil dieciséis, emitido por el Titular de la DGPMCI, se ordenó nueva fecha y hora para desahogar la diligencia referida. Folios 15031 a 15045. En vista de lo anterior, el veintiséis de agosto de dos mil dieciséis, [REDACTED] * presentó escrito ante la OFICIAIA mediante el cual justificó su ausencia a la comparecencia ordenada para el día doce de julio de dos mil dieciséis, toda vez que en dicha fecha se encontraba fuera del territorio nacional. Folios 15408 a 15466. La comparecencia de [REDACTED] * se desahogó el primero de septiembre de dos mil dieciséis. Folios 15578 a 15592.

⁵⁸⁷ La pregunta contenida en el numeral 1 a) del OFICIO ESTUDIOS AZTECA 039/2016 se formuló en los siguientes términos: "mencione el (los) nombre(s) completo(s) del (de los) gerente(s), agente(s) y/o director(es) comercial(es) y/o de ventas de ESTUDIOS AZTECA, encargado(s) de la cuenta comercial y aquella(s) persona(s) directamente involucrada(s) en la negociación de la prestación de servicios publicitarios para COFRESA, correspondiente a los años dos mil doce y dos mil trece". Folio 14226.

⁵⁸⁸ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "28. Mencione si es de su conocimiento que ESTUDIOS AZTECA negoció un contrato de prestación de servicios publicitarios con COFRESA en el año dos mil trece". Folio 15585.

⁵⁸⁹ Las preguntas relevantes se formularon en los siguientes términos: "34. Señale si el anuncio publicitario de COFRESA referido a lo largo de la presente diligencia fue transmitido en las señales de ESTUDIOS AZTECA en el año dos mil trece", y "A las modificaciones que se refiere en la respuesta anterior, son aquellas solicitadas al anuncio o al contrato". Folios 15588 y 15589.

⁵⁹⁰ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "36. Mencione por qué le consta dicha información". Folio 15589.

⁵⁹¹ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "23. Señale la fecha y el medio de comunicación por medio del cual solicitó a [REDACTED] * de COFRESA que modificara el contenido del anuncio publicitario objeto del contrato de prestación de servicios publicitarios para el año dos mil trece". Folio 15587.

⁵⁹² La pregunta se formuló en los siguientes términos: "26. Señale si propuso a [REDACTED] * de COFRESA que modificara el contenido del contrato negociado". Folio 15587.

la cara de la empresa que presta el servicio. Concluyó que una vez que ambos jurídicos están de acuerdo en el contrato entonces se firma.⁵⁹³

En efecto, [REDACTED]* indicó tener conocimiento de los procesos de negociación y contratación de los servicios publicitarios en TV radiodifundida provistos por ESTUDIOS AZTECA y demandados por COFRESA en el año dos mil trece y señaló que se llevaron a cabo en el mes de septiembre de dos mil trece.⁵⁹⁴

ii) Que declare haber presenciado el acto

De acuerdo a las manifestaciones vertidas por [REDACTED]* a la fecha de la diligencia, y desde el dos mil seis laboraba para ESTUDIOS AZTECA con el cargo de Gerente de Ventas.⁵⁹⁵

Entre las funciones que desempeñaba como Gerente de Ventas, se encontraba aquella relacionada con la visita de los clientes, la presentación del plan comercial, la programación de canal 7, canal 13, otras unidades de negocio y la elaboración de propuestas para tener publicidad dentro de ESTUDIOS AZTECA,⁵⁹⁶ y declaró haber sido el contacto comercial de ESTUDIOS AZTECA para COFRESA en el año dos mil trece. Asimismo, manifestó que ella estuvo en contacto con el cliente viendo esa negociación.⁵⁹⁷

iii) Que tenga el criterio necesario para juzgar el acto

Se considera que la compareciente cuenta con los conocimientos necesarios sobre los hechos por los que fue interrogada debido a que reconoció haber participado en las negociaciones llevadas a cabo con personal de COFRESA y relacionadas con la contratación de servicios publicitarios en TV radiodifundida que comercializa ESTUDIOS AZTECA. Asimismo reconoció haber hecho del conocimiento de [REDACTED]* que el CPSP-AZTECA 2013 tenía un error y debía ser modificado,⁵⁹⁸ todo ello dentro de sus funciones como Gerente de Ventas de ESTUDIOS AZTECA.

iv) Por lo que hace a su probidad, independencia de su posición o antecedentes personales

No se observa elemento de convicción alguno que sugiera que su declaración se encuentre influida por algún interés que afecte su credibilidad. Si bien se advierte que la compareciente labora para uno de los agentes económicos denunciados, durante la diligencia, se concretó a narrar los hechos en los cuales estuvo presente, sin que de sus manifestaciones se desprendieran narraciones que denotaran alguna antipatía o animadversión respecto de los mismos. Asimismo, durante la comparecencia estuvo acompañada de su abogado.

⁵⁹³ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "29. Señale si ha solicitado a algún otro cliente la modificación al contrato que en su caso estén negociando". Folio 15588.

⁵⁹⁴ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "21. Señale las fechas en que tuvo lugar dicho proceso de negociación". Folio 15586.

⁵⁹⁵ Las preguntas relevantes en la diligencia se formularon en los siguientes términos: "1. Indique el nombre o razón social de su actual empleador"; "3. Señale el puesto o cargo que desempeña actualmente dentro de ESTUDIOS AZTECA"; "Proporcione la fecha en que inició dicho cargo". Folio 15583.

⁵⁹⁶ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "7. Señale las funciones que desempeña en su puesto actual como Gerente de Ventas". Folio 15584.

⁵⁹⁷ Las preguntas relevantes en la diligencia se formularon en los siguientes términos: "17. Mencione si es de su conocimiento que ESTUDIOS AZTECA negoció un contrato de prestación de servicios publicitarios con COFRESA en el año dos mil trece"; y "18. Mencione por qué le consta dicha información". Folio 15585.

⁵⁹⁸ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "26. Señale si propuso a [REDACTED]* de COFRESA que modificara el contenido del contrato negociado". Folio 15587.

v) Que por sí misma conozca los hechos

La compareciente tuvo conocimiento directo de los hechos, toda vez que como se describió en el inciso ii) anterior, en el año dos mil trece estuvo a cargo de la cuenta comercial de COFRESA.

vi) Que la declaración sea clara y precisa sobre la sustancia de los hechos

En cuanto a las preguntas sustanciales de la diligencia, del acta respectiva, no se observó que dudara en la formulación de sus declaraciones al contestar las preguntas planteadas a lo largo de la diligencia, sin mostrarse dubitativa en la construcción y exposición de sus ideas.

vii) Que no haya sido obligada

En el acta, no se observa que la compareciente mostrara la existencia de temor o miedo ni impulsada por engaño, error o soborno durante el desahogo de la diligencia, es decir, que [REDACTED] compareció y acudió al INSTITUTO por voluntad y en compañía de sus abogados.

viii) Que exista una razón de su dicho

Se observa que la compareciente manifestó respecto a todo lo declarado: "(...) así me consta".⁵⁹⁹

En virtud de lo anterior, la comparecencia de [REDACTED] se adminicula con la DENUNCIA, los CORREOS COFRESA-ESTUDIOS AZTECA, y las respuestas a los OFICIO ESTUDIOS AZTECA 011/2015; OFICIO ESTUDIOS AZTECA 020/2016, y OFICIO ESTUDIOS AZTECA 039/2016, en términos del artículo 197 del CFPC, acredita los siguiente:

1. En el mes de agosto de dos mil trece, COFRESA dio inicio al proceso de negociación y contratación de los servicios publicitarios que ESTUDIOS AZTECA comercializa en TV radiodifundida.
2. La negociación entre COFRESA y ESTUDIOS AZTECA transcurrió entre los meses de agosto y finales de septiembre de dos mil trece y durante ese tiempo hubo constante comunicación entre [REDACTED] y [REDACTED] con [REDACTED] y [REDACTED].
3. ESTUDIOS AZTECA envió a COFRESA el CPSP-AZTECA 2013 para la firma de las personas autorizadas de COFRESA. Dicho contrato fue firmado por COFRESA pero nunca fue firmado por ESTUDIOS AZTECA.
4. COFRESA no aceptó las modificaciones propuestas por ESTUDIOS AZTECA a la cláusula 13 del CPSP-AZTECA 2013 y por lo tanto, dicho contrato nunca se formalizó.
5. Hubo un proceso de revisión del contenido del anuncio publicitario y en ese sentido, ESTUDIOS AZTECA comunicó a COFRESA que su anuncio publicitario probablemente tendría que ser modificado.

Asimismo, se adminicula con la comparecencia de [REDACTED] en términos de los artículos 197 y 215, fracción I del CFPC, a efecto de acreditar la existencia del proceso de negociación del CPSP-AZTECA 2013 y el hecho de que dicho contrato nunca fue firmado por personal de ESTUDIOS AZTECA, las manifestaciones de ambas personas en sus respectivas

⁵⁹⁹ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "59. Que la compareciente señale la razón de su dicho." y se encuentra en el folio 15589.

diligencias coincidieron en el hecho de que ESTUDIOS AZTECA propuso una modificación al CPSP-AZTECA 2013; sin embargo, el CPSP-AZTECA 2013 modificado no fue aceptado por COFRESA por lo cual no se siguieron las negociaciones entre ESTUDIOS AZTECA y COFRESA y por lo tanto no se transmitió la CAMPAÑA en las señales de TV radiodifundida que ESTUDIOS AZTECA comercializa.

e) Comparecencia de [REDACTED] * 600

El Titular de la DGPMCI solicitó⁶⁰¹ a COFRESA que presentara a [REDACTED] * ante este INSTITUTO a comparecer en su carácter de tercero coadyuvante, toda vez que en la DENUNCIA COFRESA manifestó ante este INSTITUTO que:

[REDACTED] *
[REDACTED] * 602
[REDACTED] *
[REDACTED] * 603

De esta manera, el cuatro de octubre de dos mil dieciséis, [REDACTED] * se presentó en las instalaciones de este INSTITUTO a fin de comparecer ante la AUTORIDAD INVESTIGADORA y declarar respecto de diversos hechos motivo de la investigación tramitada en el EXPEDIENTE, acompañado por sus abogados.

En este sentido el análisis de los elementos establecidos en el artículo 215 del CFPC se realiza en los siguientes términos:

i) Que convengan en lo esencial del acto, aun cuando difiera en los accidentes

Según lo manifestado por [REDACTED] * sí existió un proceso de negociación, tanto con TELEvisa como con ESTUDIOS AZTECA con la finalidad de contratar espacios publicitarios en las señales de TV radiodifundida que cada uno de ellos comercializan, las cuales se llevaron a cabo en septiembre de dos mil trece.

Asimismo, [REDACTED] * corroboró que COFRESA solicitó "que nuestro anuncio estaba OK"; sin embargo, "esa autorización se tardó y luego nos dijeron que había un problema con el material y ya no se llevó a cabo la transmisión de la campaña".⁶⁰⁴ Asimismo, corroboró que COFRESA no realizó el pago pactado en el CPSP-GTV 2013.⁶⁰⁵

Por lo que hace a la negociación entre COFRESA y ESTUDIOS AZTECA llevada a cabo a partir de agosto de dos mil trece, [REDACTED] * confirmó que no concluyeron las negociaciones entre las partes toda vez que no lograron llegar a un acuerdo. En este aspecto manifestó que "nos mandaron un nuevo contrato que contenía una nueva cláusula que hablaba de derechos de autor y propiedad intelectual" y se detuvieron las negociaciones y la campaña y los trámites".⁶⁰⁶ Asimismo, manifestó que casi estaba segura que es una práctica común que ESTUDIOS AZTECA

⁶⁰⁰ Folios 15949 a 15969.

⁶⁰¹ Mediante oficio número IFT/110/AI/DG-PMCI/105/2016 emitido el quince de septiembre de dos mil dieciséis. Folios 15814 a 15819.

⁶⁰² Página 22 de la DENUNCIA.

⁶⁰³ Página 25 de la DENUNCIA.

⁶⁰⁴ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "18. Exponga brevemente la negociación y la relación contractual referida (con TELEvisa). Exponga todas las circunstancias de tiempo, modo y lugar de los que tenga conocimiento". Folio 15956.

⁶⁰⁵ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "35. Manifieste si tiene conocimiento si COFRESA pagó el precio pactado en el CPSP celebrado entre COFRESA y TELEvisa en dos mil trece". Folio 15959.

⁶⁰⁶ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "51. Exponga brevemente la negociación referida (con ESTUDIOS AZTECA). Exponga todas las circunstancias de tiempo, modo y lugar de los que tenga conocimiento". Folio 15962.

*

*

607

ii) Que declare haber presenciado el acto

De acuerdo a las manifestaciones de [REDACTED] se desempeña como "Gerente de Medios del área de imagen corporativa"⁶⁰⁸ "(desde) el año dos mil"⁶⁰⁹ Asimismo, manifestó conocer los hechos descritos toda vez que es "la Gerente de Medios de Dish en el área de imagen corporativa e implemento los planes de medios para las campañas publicitarias".⁶¹⁰

iii) Que tenga el criterio necesario para juzgar el acto

Se considera que la compareciente cuenta con los conocimientos necesarios sobre los hechos por los que fue interrogada debido a que reconoció haber participado en las negociaciones llevadas a cabo en dos mil trece entre COFRESA y TELEvisa y entre COFRESA y ESTUDIOS AZTECA, con el objeto de contratar los espacios de publicidad en TV radiodifundida que cada uno de ellos comercializa.

iv) Por lo que hace a su probidad, independencia de su posición o antecedentes personales

No se observa elemento de convicción alguno que sugiera que su declaración se encuentre influida por algún interés que afecte su credibilidad. Si bien se advierte que la compareciente labora para el DENUNCIANTE, durante la diligencia, se concretó a narrar los hechos en los cuales estuvo presente, sin que de sus manifestaciones se desprendieran narraciones que denotaran alguna antipatía o animadversión respecto de los mismos. Asimismo, durante la comparecencia estuvo acompañado de su abogado.

v) Que por sí misma conozca los hechos

La compareciente tuvo conocimiento directo de los hechos, toda vez que como se describió en el inciso ii) anterior ella formó parte de las negociaciones llevadas a cabo, en representación de COFRESA en el año dos mil trece.

vi) Que la declaración sea clara y precisa sobre la sustancia de los hechos

En cuanto a las preguntas sustanciales de la diligencia, del acta respectiva, no se observó que dudara en la formulación de sus declaraciones al contestar las preguntas planteadas a lo largo de la diligencia, sin mostrarse dubitativa en la construcción y exposición de sus ideas.

vii) Que no haya sido obligada

En el acta, no se observa que la compareciente mostrara la existencia de temor o miedo ni impulsada por engaño, error o soborno durante el desahogo de la diligencia, es decir, que

⁶⁰⁷ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "67. Manifieste si tiene conocimiento si en los contratos celebrados entre COFRESA y ESTUDIOS AZTECA en dos mil nueve, dos mil diez y dos mil once, ESTUDIOS AZTECA regresó a COFRESA los contratos firmados por los representantes legales o personas autorizadas para tal efecto por parte de ESTUDIOS AZTECA". Folio 15964.

⁶⁰⁸ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "2. Señale el puesto o cargo que desempeña actualmente dentro de COFRESA". Folio 15954.

⁶⁰⁹ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "3. Proporcione la fecha en que inició su cargo actual". Folio 15954.

⁶¹⁰ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "69. Manifieste la razón de su dicho". Folio 15964.

[REDACTED] * compareció y acudió al INSTITUTO por voluntad y en compañía de su abogado.

viii) Que exista una razón de su dicho

Se observa que la compareciente manifestó "(p)orque soy la Gerente de Medios de Dish en el área de imagen corporativa e implemento los planes de medios para las campañas publicitarias".⁶¹¹

En virtud de lo anterior, la comparecencia de [REDACTED] * se adminicula con la DENUNCIA y en términos del artículo 197 del CFPC, acredita los siguientes extremos:

1. que hubo un proceso de negociación para la contratación de espacios publicitarios en las señales de TV radiodifundida que comercializan, por un lado ESTUDIOS AZTECA y por el otro, TELEvisa, las cuales se llevaron a cabo en septiembre de dos mil trece;
2. que TELEvisa hizo del conocimiento de COFRESA que había un error con el anuncio publicitario de la CAMPAÑA; sin embargo, COFRESA insistía en obtener el "visto bueno" del anuncio;
3. que COFRESA no pagó el precio pactado en el CPSP-GTV 2013;
4. que ESTUDIOS AZTECA envió un contrato sin firma a COFRESA, mismo que fue regresado con las firmas de los representantes de COFRESA; sin embargo, ESTUDIOS AZTECA no firmó el contenido del contrato al advertir que tenía un error;
5. que ESTUDIOS AZTECA envió el nuevo texto del contrato COFRESA no estuvo de acuerdo con la cláusula modificada y, por tanto se detuvieron las negociaciones y no se firmó el contrato, y
6. que es una práctica común de ESTUDIOS AZTECA que sus representantes legales firmen los CPSP y los regresen a sus clientes debidamente firmados.

En este sentido, la comparecencia de [REDACTED] * se adminicula con las comparecencias de [REDACTED] * de [REDACTED] * y de [REDACTED] * en términos de los artículos 197 y 215, fracción I del CFPC, a efecto de acreditar la existencia de una etapa de revisión del contenido de los anuncios publicitarios y de la manifestación por parte de TELEvisa de que el contenido del anuncio de la campaña tenía un error. Asimismo, se adminicula en los términos referidos con las comparecencias de [REDACTED] * y de [REDACTED] * a efecto de acreditar que COFRESA no pagó el pago del precio pactado en el CPSP-GTV 2013 y, por tanto, este nunca surtió sus efectos.

Finalmente, la comparecencia de [REDACTED] * se adminicula con la comparecencia de [REDACTED] * en términos de los artículos 197 y 215, fracción I del CFPC, a efecto de acreditar que no hubo un acuerdo de voluntades y, por tanto, no se llevó a cabo la firma del CPSP-AZTECA 2013.

7.5 Otros elementos recabados durante la investigación

Elementos aportados por los descubrimientos de la ciencia

Mediante diversos acuerdos el Titular de la DGPMCI ordenó integrar al EXPEDIENTE copias certificadas de la impresión de los documentos que se describen en la siguiente tabla:

⁶¹¹ La pregunta se formuló en los siguientes términos: "69. Manifieste la razón de su dicho" y se encuentra en el folio 15964.

Tabla 19. Elementos recabados durante la investigación.

Documento	Acuerdo que ordena su integración al	Descripción de la información
REPORTE ANUAL BMV 2012 de TV AZTECA. ⁶¹²	14.10.2014	El modelo de negocio del GIE AZTECA, la relación que existe entre TV AZTECA y ESTUDIOS AZTECA, con relación a que TV AZTECA reconoce que realiza diversas actividades a través de sus compañías subsidiarias, dentro de las que se encuentra ESTUDIOS AZTECA, y que ESTUDIOS AZTECA comercializa servicios televisivos, así mismo se encarga de las relaciones contractuales con clientes adquirentes de servicios publicitarios en TV radiodifundida.
REPORTE ANUAL BMV 2013 de TV AZTECA. ⁶¹³	14.05.2014	
REPORTE ANUAL BMV 2014 de TV AZTECA. ⁶¹⁴	18.03.2016	
REPORTE ANUAL BMV 2014 de GTV. ⁶¹⁵	12.01.2016	El modelo de negocio del GIE TELEvisa, es decir de la relación que existe entre GRUPO TELEvisa y TELEvisa, con relación a que TELEvisa es la subsidiaria de GTV encargada de comercializar publicidad para sus canales de TV radiodifundida y además que opera el segmento contenidos de GTV. Asimismo, GRUPO TELEvisa reconoce que realiza sus actividades a través de compañías subsidiarias.

A los documentos descritos en la tabla anterior se les da el carácter de elementos aportados por los descubrimientos de la ciencia en términos de los artículos 93, fracción VII, 197, 210-A y 217 del CFPC. En las certificaciones elaboradas en cada uno de ellos constan las circunstancias bajo las cuales se generaron los mismos y, en consecuencia, dichos elementos devienen idóneos y suficientes para demostrar lo que se pretende con los mismos.

Lo anterior, en razón que de ellos:

(i) existe fiabilidad respecto al método por el cual fue generada dicha información, pues el Titular de la DGPMCI de este INSTITUTO certificó que el contenido de las impresiones coincidía con lo que era mostrado en la pantalla del equipo de cómputo al acceder a la dirección electrónica correspondiente;

(ii) dado que el dominio correspondiente a la dirección electrónica pertenece a la BMV y/o al agente económico se puede presumir válidamente que el agente económico en cuestión es el titular o autor de la información ahí contenida, debido a que se trata de información que debe publicar al público inversionista de conformidad con las Disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, y

(iii) la información impresa y certificada puede ser consultada en cualquier momento, sin necesidad de acceder o que exista la misma en la dirección electrónica consultada.

7.6 Otros elementos aportados en la DENUNCIA

Los elementos de convicción aportados por COFRESA no tienen el alcance para acreditar las conductas denunciadas pues, tal como se analizó a lo largo de la presente resolución.

⁶¹² Folios 3485 a 3631.

⁶¹³ Folios 3027 a 3292.

⁶¹⁴ Folios 13428 a 13622.

⁶¹⁵ Folios 11014 a 11315.

En este sentido, aun cuando se otorgara valor probatorio pleno a los elementos presentados por la DENUNCIANTE, no son suficientes para acreditar la comisión de probables prácticas monopólicas relativas por parte de las DENUNCIADAS, de conformidad con los razonamientos expuestos y elementos analizados en la presente resolución.

En las siguientes tablas se enlistan los demás elementos presentados por la DENUNCIANTE y que, por economía procesal, no se valorarán en términos del CFPC, al no modificar las conclusiones a las que arribaría esta autoridad:

Tabla 20. Documentales públicas.⁶¹⁶

Información	Partes	Descripción	Fecha del documento
Versión pública de la resolución al expediente CNT-116-2008. ⁶¹⁷	DISH México Holdings, S. de R.L. de C.V. y EchoStar México Holdings Corporation.	Oficio número SE-10-096-2009-270, emitido por la Secretaría Ejecutiva de la CFC, mediante el cual resuelve autorizar la concentración notificada por DISH México Holdings, S. de R.L. de C.V.	13.05.2009
Versión pública de la resolución al expediente CNT-031-2011. ⁶¹⁸	GTV, Corporativo Vasco de Quiroga, S.A. de C.V. y GSF Telecom Holdings, S.A.P.I de C.V.	El Pleno de la CFC resolvió no autorizar la concentración notificada por GTV, Corporativo Vasco de Quiroga, S.A. de C.V. y GSF Telecom Holdings, S.A.P.I. de C.V.	24.01.2012
Título de concesión de concesión para instalar, operar y explotar una RPT para la prestación de del servicio de TV restringida vía satélite a nivel nacional. ⁶¹⁹	No aplica. ⁶²⁰	Oficio número 2.1.203.- 0978 de fecha siete de abril de dos mil ocho, emitido por el Director General de Política de Comunicaciones de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, dirigido al C. Joaquín Vargas Guajardo como representante legal de COFRESA, hace entrega del título de concesión.	07.04.2008
Opinión número PRES-10-096-2006-169 del índice de la CFC, en materia de contenidos, emitida por la CFC el veintiocho de noviembre de dos mil seis. ⁶²¹	No aplica.	Opinión emitida por la CFC a efecto de promover la aplicación de los principio de competencia y libre concurrencia, derivados del marco regulatorio aplicable al sector de contenidos, en los mercados audiovisuales para el servicio de video.	28.11.2006
Versión pública de la resolución al expediente CNT-018-2007. ⁶²²	Paxia, S.A. de C.V. (subsidiaria de GTV, S.A.B. de C.V.) y Cablemás, S.A. de C.V.	El Pleno de la CFC resolvió imponer condiciones suspensivas a efecto de autorizar la concentración notificada por Paxia, S.A. de C.V., y una vez que la CFC determinara el cumplimiento de las mismas, se entendería que la concentración se autorizaba, pero sujeta al cumplimiento de ciertas condiciones resolutorias.	08.08.2007

⁶¹⁶ De conformidad con el artículo 129 del CFPC.

⁶¹⁷ Folios 804 a 812.

⁶¹⁸ Folios 814 a 916.

⁶¹⁹ Folios 735 a 759.

⁶²⁰ Documento emitido conforme a la Ley Federal de Telecomunicaciones publicado en el DOF el cuatro de septiembre de mil novecientos noventa y cinco.

⁶²¹ Folios 918 a 936.

⁶²² Folios 938 a 1022.

Instrumento público número mil doscientos cincuenta y dos (1,252). ⁶²³	No aplica. ⁶²⁴	Fe de hechos instrumentada por el Corredor público número ocho del DF, mediante la cual se dio fe de la notificación de un escrito dirigido a ESTUDIOS AZTECA.	14.01.2014
Instrumento público número mil doscientos cincuenta y tres (1,253). ⁶²⁵	No aplica. ⁶²⁶	Fe de hechos instrumentada por el Corredor público número ocho del DF, mediante la cual se dio fe de la notificación de un escrito dirigido a ESTUDIOS AZTECA.	15.01.2014

Tabla 21. Documentales privadas.⁶²⁷

Información	Descripción	Fecha del documento.
* * ⁶²⁸	*	*
* * ⁶²⁹	*	*

Tabla 22. Documentos aportados por los descubrimientos de la ciencia.⁶³⁰

Información	Descripción
Disco compacto. ⁶³¹	Disco compacto que contiene en un archivo multimedia en formato Clip de película (mpg) copia del anuncio publicitario de La Campaña.
Estudio sobre el mercado de servicios de TV radiodifundida en México. ⁶³²	Impresión del estudio realizado por el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE) en conjunto con la COFETEL, sobre el mercado de servicios de TV radiodifundida en México.
Servicio de TV restringida provisto por Ve TV. ⁶³³	Impresión de la información relacionada con el servicio de TV restringida provisto por Ve TV.

Así, tomando en consideración todos los elementos que obran en el EXPEDIENTE, se advierte que no es posible para este INSTITUTO concluir que:

⁶²³ Folios 1175 a 1182.

⁶²⁴ Acta emitida con fundamento en el artículo 35 del Reglamento de la Ley Federal de Correduría Pública.

⁶²⁵ Folios 1184 a 1191.

⁶²⁶ *Idem.*

⁶²⁷ De conformidad con el artículo 133 del CFPC.

⁶²⁸ Folios 1046 a 1059.

⁶²⁹ Folios 1060 a 1072.

⁶³⁰ De conformidad con el artículo 188 del CFPC.

⁶³¹ Folio 1097.

⁶³² Folios 1193 a 1296.

⁶³³ Folios 1198 a 1303.

(i) de manera unilateral TELEvisa y ESTUDIOS AZTECA se hayan negado a prestar los servicios publicitarios que en TV radiodifundida esos agentes comercializan, sino que para el caso de TELEvisa, COFRESA no cumplió el pago como contraprestación derivada de la firma del CPSP-GTV 2013, y para el caso de ESTUDIOS AZTECA, no se formalizó un CPSP del que se derivara la obligación de ESTUDIOS AZTECA a transmitir anuncio publicitario alguno de COFRESA;

(ii) existiera una concertación entre TELEvisa y ESTUDIOS AZTECA, o que uno de ellos haya invitado al otro para ejercer presión contra COFRESA; para rehusarse a vender, comercializar o adquirir bienes o servicios a COFRESA y que dichas acciones tuvieran como propósito disuadir a COFRESA de una conducta determinada, aplicarle represalias u obligarlo a actuar en un sentido determinado;

(iii) TELEvisa o ESTUDIOS AZTECA como prestadores del servicio de publicidad en TV radiodifundida establecieran distintos precios o condiciones de venta o compra a diversos compradores, situados en igualdad de condiciones, y

(iv) existiera alguna acción de TELEvisa o de ESTUDIOS AZTECA cuyo objeto o efecto directo o indirecto, fuera incrementar los costos u obstaculizar el proceso productivo de COFRESA o reducir su demanda.

En consecuencia, no se tienen elementos de convicción que sustenten a nivel presuntivo la comisión, por parte de las DENUNCIADAS, de las prácticas monopólicas relativas previstas en las fracciones V, VI, X y XI del artículo 10 de la LFCE.

Derivado de lo anterior, dado que las conductas referidas no encuadran en los supuestos normativos de dichas fracciones, resulta innecesario realizar el análisis de los elementos referidos en los artículos 11, 12 y 13 de la LFCE, toda vez que en nada modificaría el análisis y las conclusiones a las que arribó este INSTITUTO en la presente resolución.

III. Resolutivos

La presente resolución no prejuzga sobre otros procedimientos que se sigan ante el INSTITUTO o cualquier otra autoridad competente. De igual forma, tampoco prejuzga sobre posibles violaciones a la LFCE, a la Ley Federal de Competencia Económica publicada en el DOF el veintitrés de mayo de dos mil catorce, a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión u otras disposiciones y ordenamientos en las que pudiera haber incurrido o pudiera incurrir alguno de los agentes económicos involucrados o investigados en el EXPEDIENTE.

En atención a los antecedentes y consideraciones de Derecho expuestos en la presente determinación, con fundamento en los artículos 28, párrafos décimo quinto y décimo sexto de la CPEUM; 1, 2, 3, 8, 10, fracciones V, VI, X y XI y 24, fracciones IV y XIX de la LFCE; 41, segundo párrafo del RLFCE; así como, 1, 4, fracción I, 6, fracciones VIII XII del ESTATUTO ORGÁNICO, el PLENO resuelve lo siguiente:

Primero. Se decreta el cierre del EXPEDIENTE, toda vez que, de conformidad con las Consideraciones de Derecho Quinta y Séptima de la presente resolución, no existen elementos de convicción suficientes para sustentar la probable responsabilidad de agente económico alguno en la comisión de las prácticas monopólicas relativas investigadas previstas en las fracciones V, VI, X y XI del artículo 10 de la LFCE, en el mercado de la venta de publicidad en TV radiodifundida en el territorio nacional.

Segundo. Notifíquese personalmente la versión reservada de la presente resolución al agente económico denunciante, esto es, a Comercializadora de Frecuencia Satelitales, S. de R.L. de C.V., en el último domicilio señalado en el expediente en que se actúa para oír y recibir notificaciones, ubicado en [REDACTED], en esta Ciudad de México.

Gabriel Oswaldo Contreras Saldívar
Comisionado Presidente

Ernesto Estrada González
Comisionado

Adriana Sofía Labardini Inzunza
Comisionada

María Elena Estavillo Flores
Comisionada

Mario Germán Fromow Rangel
Comisionado

Adolfo Cuevas Teja
Comisionado

Javier Juárez Mojica
Comisionado

La presente Resolución fue aprobada por el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones en su VI Sesión Ordinaria celebrada el 15 de febrero de 2017, por mayoría de votos de los Comisionados Gabriel Oswaldo Contreras Saldívar, Ernesto Estrada González, Mario Germán Fromow Rangel, Adolfo Cuevas Teja y Javier Juárez Mojica; y con los votos en contra de las Comisionadas Adriana Sofía Labardini Inzunza y María Elena Estavillo Flores, al considerar que se tienen los elementos suficientes para iniciar el procedimiento en forma de juicio.

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/150217/84.