

Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones suprime, modifica y adiciona las medidas impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión mediante Acuerdos P/IFT/EXT/060314/77 y P/IFT/EXT/270217/120.

Antecedentes

Primero.- Decreto de Reforma Constitucional. El 11 de junio de 2013, fue publicado en el Diario Oficial de la Federación (en lo sucesivo, el “**DOF**”) el “DECRETO por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones” (en lo sucesivo, el “**Decreto Constitucional**”) mediante el cual se creó el Instituto Federal de Telecomunicaciones (en lo sucesivo, el “**Instituto**”).

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

Anexo 1 denominado “MEDIDAS RELACIONADAS CON LA COMPARTICIÓN DE INFRAESTRUCTURA, CONTENIDOS, PUBLICIDAD E INFORMACIÓN QUE SON APLICABLES AL GIETV EN SU CARÁCTER DE AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN” (en lo sucesivo, las “**Medidas de Radiodifusión**”).

Tercero.- Decreto por el que se expide la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. El 14 de julio de 2014, fue publicado en el DOF el “Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión” (en lo sucesivo, el “**Decreto de Ley**”), mediante el cual se expidió la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (en lo sucesivo, la “**LFTR**”).

Cuarto.- Estatuto Orgánico del Instituto. El 4 de septiembre de 2014, se publicó en el DOF el “Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones” (en lo sucesivo, el “**Estatuto**”), que entró en vigor el 26 del mismo mes y año, y su última modificación fue publicada en el DOF el 4 de marzo de 2022.

Quinto.- Resolución Bienal de las Medidas de Preponderancia en el Sector de Radiodifusión. El 27 de febrero de 2017 el Pleno del Instituto, en su IV Sesión extraordinaria, aprobó mediante Acuerdo P/IFT/EXT/270217/120 la “RESOLUCIÓN MEDIANTE LA CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES SUPRIME, MODIFICA Y ADICIONA LAS MEDIDAS IMPUESTAS AL AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN MEDIANTE RESOLUCIÓN DE FECHA 6 DE MARZO DE 2014, APROBADA MEDIANTE ACUERDO P/IFT/EXT/060314/77” (en lo sucesivo, la “**Resolución Bienal 2017**” o “**Resolución Bienal en Radiodifusión**”). Como parte integrante de la misma se emitió el Anexo 1 denominado “MEDIDAS RELACIONADAS CON LA COMPARTICIÓN DE INFRAESTRUCTURA, CONTENIDOS, PUBLICIDAD E INFORMACIÓN QUE SON APLICABLES AL GIETV EN SU CARÁCTER DE AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN.”

Sexto.- Revisión Bienal 2019. Los días 30 y 31 de octubre de 2019, se notificó a los integrantes del Agente Económico Preponderante en Radiodifusión (en lo sucesivo “**AEPR**”), el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de medidas impuestas al Agente Económico Preponderante en el sector de Radiodifusión (en lo sucesivo, la “**Revisión Bienal 2019**”). Una vez sustanciado el aludido procedimiento, mediante acuerdo 33/28/02/2020 de fecha 28 de febrero de 2020, notificado el 3 y 4 de marzo de 2020, se declaró la conclusión de la tramitación del procedimiento administrativo y, en consecuencia, se pusieron las actuaciones a disposición de los interesados para que en su caso formularan alegatos.

Séptimo.- Acuerdos de suspensión de plazos y términos. Ante el brote del virus SARS-CoV2, el Instituto emitió diversos acuerdos publicados en el DOF los días 26¹ y 31² de marzo, 7³ y 29⁴ de abril y 5⁵ de junio, todos del año 2020, que determinaron los casos en que se suspendían los plazos y términos, con motivo de las medidas de contingencia por la pandemia de coronavirus COVID-19, así como sus excepciones.

El 3 de julio de 2020 se publicó en el DOF un acuerdo⁶ en el que estableció, entre otros, que a partir del 1 de julio de 2020 y durante la vigencia de dicho acuerdo, el Instituto se encontraría en días laborables manteniendo los esquemas de teletrabajo en curso, además de continuar la suspensión de plazos y términos previstos en días hábiles, naturales y por periodos, salvo aquellos trámites, actuaciones, investigaciones y procedimientos a cargo del Instituto que quedaron exceptuados de dicha suspensión en el anexo de ese instrumento, para garantizar la continuidad y calidad en la prestación de los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión.

Octavo.- Ejecutoria del amparo en revisión R.A. 751/2018. El 14 de octubre de 2020 se notificó al Instituto la ejecutoria emitida en sesión de fecha 21 de noviembre de 2019 correspondiente al amparo en revisión R.A. 751/2018, a través de la cual la Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (en lo sucesivo “**SCJN**”) resolvió otorgar a Grupo Televisa, S.A.B., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V., Radio Televisión, S.A. de C.V., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televimex, S.A. de C.V., Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V., Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V., T.V. de los Mochis, S.A. de C.V. y Televisora Peninsular, S.A. de C.V. (en lo sucesivo, “**Grupo Televisa**”) el amparo y protección de la Justicia de la Unión en contra de la “RESOLUCIÓN MEDIANTE LA CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES SUPRIME, MODIFICA Y ADICIONA LAS MEDIDAS IMPUESTAS AL AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN MEDIANTE RESOLUCIÓN DE FECHA 6 DE MARZO DE 2014, APROBADA MEDIANTE ACUERDO P/IFT/EXT/060314/77”, aprobada por el Pleno del Instituto a través del Acuerdo P/IFT/EXT/270217/120.

En razón de lo anterior, para GTV-Televisa, les resultó y les resultan aplicables las medidas contenidas en la **Resolución de Preponderancia** señalada en el Antecedente Segundo, y las medidas a que se refiere la **Resolución Bienal 2017** mencionada en el Antecedente Quinto, les resultan aplicables a las empresas Afiliadas Independientes determinadas como parte del AEPR.

¹ Disponible para su consulta en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5590465&fecha=26/03/2020#gsc.tab=0

² Disponible para su consulta en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5590787&fecha=31/03/2020#gsc.tab=0

³ Disponible para su consulta en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5591276&fecha=07/04/2020#gsc.tab=0

⁴ Disponible para su consulta en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5592452&fecha=29/04/2020#gsc.tab=0

⁵ Disponible para su consulta en: https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5594583&fecha=05/06/2020#gsc.tab=0

⁶ Disponible para su consulta en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5596159&fecha=03/07/2020#gsc.tab=0

Noveno.- Acuerdo mediante el cual se reanudan los plazos y términos de la LFTR de diversos trámites y procedimientos. El 19 de octubre de 2020 se publicó en el DOF el Acuerdo⁷ en el que estableció, entre otros, que, a partir del 20 de octubre de 2020, el Instituto reanuda los plazos y términos, entre ellos los del procedimiento de Revisión Bial 2019.

Décimo.- Resolución que deja insubsistente la Resolución Bial 2017. En su XXII Sesión Ordinaria, de fecha 18 de noviembre de 2020, el Pleno del Instituto con resolución P/IFT/181120/437, aprobó la “Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones da cumplimiento a la ejecutoria emitida en sesión de fecha 21 de noviembre de 2019 por la Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación correspondiente al amparo en revisión 751/2018”, mediante la cual se dejó insubsistente la Revisión Bial para Grupo Televisa, en estricto cumplimiento a lo mandatado en la sentencia señalada en el Antecedente Octavo.

Décimo Primero.- Fin del procedimiento administrativo de la Revisión Bial 2019. Los días 16 y 17 de diciembre de 2020, en su XXV Sesión Ordinaria, el Pleno del Instituto aprobó instruir a la Unidad de Política Regulatoria que decretara el cierre del procedimiento de la Revisión Bial 2019 para todos los integrantes del **AEPR**, con fundamento en el artículo 57, fracción V, de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, e iniciar un nuevo procedimiento.

Los días 26 y 27 de enero de 2021, se notificó el Acuerdo 35/21/01/2021 al AEPR mediante el cual se informó el fin del procedimiento administrativo sustanciado en el expediente de la Revisión Bial 2019, ante la imposibilidad material de continuarlo por las causas sobrevenidas.

Décimo Segundo.- Resoluciones para dejar de pertenecer al AEPR en el año 2020. Mediante acuerdos P/IFT/040320/77⁸ y P/IFT/251120/483⁹, el Pleno del Instituto aprobó las resoluciones mediante las cuales Tele-emisoras del Sureste, S.A. de C.V. y Comunicación del Sureste, S.A. de C.V., respectivamente, dejaron de formar parte del grupo de interés económico declarado como AEPR, extinguiéndose su obligación de dar cumplimiento a la regulación asimétrica aplicable al agente económico que haya sido declarado como preponderante en el sector de radiodifusión.

Décimo Tercero.- Consulta Pública. El 7 de abril de 2021, el Pleno del Instituto, en su VII Sesión Ordinaria, aprobó mediante Acuerdo P/IFT/070421/133, el “ACUERDO MEDIANTE EL CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES DETERMINA EL INICIO DE LA CONSULTA PÚBLICA SOBRE LA EFECTIVIDAD EN

⁷ Disponible para su consulta en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5603056&fecha=19/10/2020#gsc.tab=0

⁸ Disponible para su consulta en: <https://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdologia/vp04032077.pdf>

⁹ Disponible para su consulta en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdologia/vp251120483.pdf>

TÉRMINOS DE COMPETENCIA DE LAS MEDIDAS IMPUESTAS AL AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN”, por un plazo de veinte días hábiles, que comenzó a correr el 12 de abril de 2021 y finalizó el 7 de mayo de 2021.

Décimo Cuarto.- Solicitud de Informe conductual del agente económico preponderante en el sector de radiodifusión (en lo sucesivo, el “Informe Conductual”). El 24 de mayo de 2021, la Dirección General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión, mediante oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/110/2021, solicitó a la Unidad de Cumplimiento un informe que reflejara la conducta que habían tenido los integrantes del AEPR en relación con las medidas que le resulten aplicables. Dicho informe fue emitido mediante oficios IFT/225/UC/DG-SVRA/0490/2021 e IFT/225/UC/DG-SVRA/0491/2021, ambos de fecha 21 de diciembre de 2021, así como oficios IFT/225/UC/DG-SVRA/0243/2022 e IFT/225/UC/DG-SVRA/0244/2022, ambos de fecha 11 de mayo de 2022.

Décimo Quinto.- Solicitud de Opinión de impacto en términos de competencia. El 24 de mayo del 2021, la Dirección General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión, mediante oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/111/2021, solicitó a la Unidad de Competencia Económica (en lo sucesivo “UCE”), su opinión sobre el impacto en términos de competencia de las medidas que fueron impuestas al AEPR (en lo sucesivo, el “**Análisis en Materia de Competencia**”). Dicha opinión fue emitida mediante oficio IFT/226/UCE/DG-COEC/034/2022 de fecha 1 de julio de 2022.

Décimo Sexto.- Resolución de Concentración. Mediante acuerdo P/IFT/080921/445¹⁰, el Pleno del Instituto emitió la “Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones resuelve sobre la Concentración radicada bajo el expediente UCE/CNC-004-2021, notificada por Grupo Televisa, S.A.B., Tritón Comunicaciones, S.A. de C.V., Univisión Holdings, Inc., Torch Investment Holdings LLC, ForgeLight (Univisión) Holdings II, LLC, Raine Associates III Corp (AIV 2) GP LP y Google LLC”, a través de la cual señala que como consecuencia de la operación, entre otros, Televisa S.A. de C.V., se fusiona con TV de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., y Televisora de Mexicali, S.A. de C.V., y también adquiere indirectamente a Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V. y Servicios RTMN, S.A. de C.V.

Décimo Séptimo.- Resoluciones para dejar de pertenecer al AEPR en el año 2021. Mediante acuerdos P/IFT/170221/93¹¹, P/IFT/100321/100¹², P/IFT/171121/607¹³, P/IFT/151221/745¹⁴ el Pleno del Instituto aprobó las resoluciones mediante las cuales TV de Culiacán, S.A. de C.V., Televisión del Pacífico, S.A. de C.V., Televisora de Durango, S.A.

¹⁰ Disponible para su consulta en:

<https://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdologia/vp080921445acc.pdf>

¹¹ Disponible para su consulta en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdologia/vp17022193.pdf>

¹² Disponible para su consulta en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdologia/vp100321100.pdf>

¹³ Disponible para su consulta en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdologia/vp171121607.pdf>

¹⁴ Disponible para su consulta en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdologia/vp151221745.pdf>

de C.V. y Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V. respectivamente, dejaron de formar parte del grupo de interés económico declarado como agente económico preponderante en el sector de radiodifusión, extinguiéndose su obligación de dar cumplimiento a la regulación asimétrica aplicable al agente económico que haya sido declarado como preponderante en el sector de radiodifusión.

Décimo Octavo.- Cesiones de derechos y obligaciones. Mediante acuerdos P/IFT/020920/248¹⁵ y P/IFT/130722/404¹⁶, el Instituto autorizó las cesiones de derechos y obligaciones de las concesiones de Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V. y Televisora XHBO, S.A. de C.V., respectivamente, a favor de Telsusa Televisión México, S.A. de C.V.

Así mismo, mediante acuerdos P/IFT/281117/799¹⁷ y P/IFT/290622/388¹⁸, el Instituto autorizó las cesiones de derechos y obligaciones de las concesiones de José de Jesús Partida Villanueva a Telemisión, S.A. de C.V. y de Mario Enrique Mayans Concha a Media Sports de México, S.A. de C.V.

Décimo Noveno.- Resoluciones para dejar de pertenecer al AEPR en el año 2022. Mediante acuerdos, P/IFT/260122/17¹⁹, P/IFT/290622/382²⁰, P/IFT/280922/496²¹, P/IFT/280922/497²² y P/IFT/231122/679²³, el Pleno del Instituto aprobó las resoluciones mediante las cuales Ramona Esparza González, TV Diez Durango, S.A. de C.V., Televisión de Tabasco, S.A., Telemisión, S.A. de C.V. y Televisora XHBO, S.A. de C.V., respectivamente, dejaron de formar parte del grupo de interés económico declarado como agente económico preponderante en el sector de radiodifusión, extinguiéndose su obligación de dar cumplimiento a la regulación asimétrica aplicable al agente económico que haya sido declarado como preponderante en el sector de radiodifusión.

Vigésimo.- Resoluciones para dejar de pertenecer al AEPR en el año 2023. Mediante acuerdo P/IFT/150223/35 y P/IFT/221123/622, el Pleno del Instituto aprobó las resoluciones mediante las cuales se extingue su obligación de dar cumplimiento a la regulación asimétrica aplicable al agente económico que haya sido declarado como preponderante en el sector de radiodifusión, para el caso de Telsusa Televisión México, S.A. de C.V., en términos de lo establecido en la Resolución de cesión de derechos que se señala en el antecedente Décimo Octavo, y Roberto Casimiro González Treviño al dejar de formar parte del grupo de interés económico declarado como agente económico preponderante en el sector de radiodifusión.

Vigésimo Primero.- Emplazamiento a Televisora de Navojoa, S.A. Mediante oficio no. IFT/221/UPR/712/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de

¹⁵ Disponible para su consulta en: <https://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliga/pift020920248acc.pdf>

¹⁶ Disponible para su consulta en: <https://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliga/pift130722404.pdf>

¹⁷ Disponible para su consulta en: https://rpc.ift.org.mx/vrpc/pdfs/33454_181106123735_7353.pdf2

¹⁸ Disponible para su consulta en: https://rpc.ift.org.mx/vrpc/pdfs/32764_230210214847_8245.pdf

¹⁹ Disponible para su consulta en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliga/vp26012217.pdf>

²⁰ Disponible para su consulta en: <https://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliga/vp290622382.pdf>

²¹ Disponible para su consulta en: <https://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliga/vp280922496acc.pdf>

²² Disponible para su consulta en: <https://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliga/vppift280922497acc.pdf>

²³ Disponible para su consulta en: <https://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliga/vp231122679acc.pdf>

Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a Televisora de Navojoa, S.A., se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo (en lo sucesivo “**LFPA**”), se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Vigésimo Segundo.- Emplazamiento a Televisora de Occidente, S.A. de C.V. Mediante oficio no. IFT/221/UPR/713/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a Televisora de Occidente, S.A. de C.V., se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Vigésimo Tercero.- Emplazamiento a Televisora Peninsular, S.A. de C.V. Mediante oficio no. IFT/221/UPR/714/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a Televisora Peninsular, S.A. de C.V., se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación el oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Vigésimo Cuarto.- Emplazamiento a Grupo Televisa S.A.B. Mediante oficio no. IFT/221/UPR/715/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a Grupo Televisa S.A.B., se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la Ley Federal de

Procedimiento Administrativo (en lo sucesivo, la "LFPA"), se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Vigésimo Quinto.- Emplazamiento a Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V.

Mediante oficio no. IFT/221/UPR/716/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V., se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Vigésimo Sexto.- Emplazamiento a Radio Televisión, S.A. de C.V.

Mediante oficio no. IFT/221/UPR/717/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a Radio Televisión, S.A. de C.V., se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Vigésimo Séptimo.- Emplazamiento a Servicios RTMN S.A de C.V. (antes Radiotelevisora de México Norte S.A. de C.V.)

Mediante oficio no. IFT/221/UPR/718/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a Servicios RTMN S.A de C.V. (antes Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.), se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos

de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Vigésimo Octavo.- Emplazamiento a Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V. Mediante oficio no. IFT/221/UPR/719/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Vigésimo Noveno.- Emplazamiento a Televimex, S.A. de C.V. Mediante oficio no. IFT/221/UPR/720/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a Televimex, S.A. de C.V., se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Trigésimo.- Emplazamiento a Televisa, S. de R.L. de C.V. (Como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V. y Televisora de Mexicali S.A. de C.V.) Mediante oficio no. IFT/221/UPR/721/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a Televisa, S. de R.L. de C.V. (Como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V. y Televisora de Mexicali S.A. de C.V.), se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo (en lo sucesivo, la "LFPA"), se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Trigésimo Primero.- Emplazamiento a Mario Enrique Mayans Concha. Mediante oficio no. IFT/221/UPR/722/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a Mario Enrique Mayans Concha (quien en fecha 29 de junio de 2022 cedió los derechos y obligaciones de la Concesión que ampara el uso, aprovechamiento y explotación comercial del canal de televisión digital terrestre 27 (548-554 MHz), respecto de la estación con distintivo de llamada XHBJ-TDT en Tijuana, Baja California a favor de Media Sports S.A de C.V.), se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Trigésimo Segundo.- Emplazamiento a Televisión de la Frontera, S.A. Mediante oficio no. IFT/221/UPR/723/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a Televisión de la Frontera, S.A., se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Trigésimo Tercero.- Emplazamiento a Pedro Luis Fitzmaurice Meneses. Mediante oficio no. IFT/221/UPR/724/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a Pedro Luis Fitzmaurice Meneses, se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Trigésimo Cuarto.- Emplazamiento a Televisión de Michoacán, S.A. de C.V. Mediante oficio no. IFT/221/UPR/725/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la

Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a Televisión de Michoacán, S.A. de C.V., se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Trigésimo Quinto.- Emplazamiento a José Humberto y Loucille, Martínez Morales.

Mediante oficio no. IFT/221/UPR/726/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a José Humberto y Loucille, Martínez Morales, se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Trigésimo Sexto.- Emplazamiento a Hilda Graciela Rivera Flores. Mediante oficio no. IFT/221/UPR/727/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a Hilda Graciela Rivera Flores, se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Trigésimo Séptimo.- Emplazamiento a Roberto Casimiro González Treviño. Mediante oficio no. IFT/221/UPR/728/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a Roberto Casimiro González Treviño, se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38

de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Trigésimo Octavo.- Emplazamiento a TV Ocho, S.A. de C.V. Mediante oficio no. IFT/221/UPR/729/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a TV Ocho, S.A. de C.V., se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Trigésimo Noveno.- Emplazamiento a Canal 13 de Michoacán, S.A. DE C.V. Mediante oficio no. IFT/221/UPR/730/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V., se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Cuadragésimo.- Emplazamiento a Televisión La Paz, S.A. Mediante oficio no. IFT/221/UPR/731/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a Televisión La Paz, S.A., se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Cuadragésimo Primero.- Emplazamiento a José de Jesús Partida Villanueva.

Mediante oficio no. IFT/221/UPR/732/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado el 12 del mismo mes y año dirigido a José de Jesús Partida Villanueva, se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Respecto a lo asentado por el servidor público adscrito a este Instituto Federal de Telecomunicaciones en el acta de notificación realizada el 12 de septiembre de 2023 y dirigida al C. José de Jesús Partida Villanueva, se señaló que, al preguntar por la persona de interés, le refirieron que el concesionario falleció en diciembre de 2021.

Cuadragésimo Segundo.- Emplazamiento a Televisora Potosina, S.A. de C.V.

Mediante oficio no. IFT/221/UPR/733/2023 de 8 de septiembre de 2023, suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, notificado por instructivo el 12 del mismo mes y año dirigido a Televisora Potosina, S.A. de C.V., se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación del oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Cuadragésimo Tercero.- Consulta de expediente Televisa, S. de R.L. El 13 de septiembre de 2023, las CC. **Evelyn Lucía Barboza Macedo y Lucía Cruz Cruz**, en su calidad de apoderadas legales de Televisa, S. de R.L. de C.V. denominada antes de la transformación de su régimen jurídico “Televisa S.A. de C.V.”, comparecieron en las oficinas del Instituto a fin de consultar el expediente 3S.21.2-23.004.21 (en lo sucesivo “Expediente Administrativo”). Dicha comparecencia se hizo constar mediante Actas Circunstanciadas de ese mismo día, ante el Subdirector de Seguimiento de Obligaciones 3 adscrito a la Dirección General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión de la Unidad de Política Regulatoria.

Cuadragésimo Cuarto.- Prórroga Grupo Televisa, S.A.B. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 22 de septiembre de 2023, al que se le asignó el número de folio 025425, el C. Jorge Rubén Vilchis Hernández en su carácter de representante legal

de Grupo Televisa, S.A.B, solicitó se le concediera una prórroga respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/715/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 10/25/09/2023** de fecha 25 de septiembre de 2023 y notificado el 28 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/079/2023 de fecha 26 de septiembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga de 5 (cinco) días hábiles.

Cuadragésimo Quinto.- Prórroga Televimex, S.A. de C.V. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 22 de septiembre de 2023, al que se le asignó el número de folio 025427, el C. Jorge Rubén Vilchis Hernández en su carácter de representante legal de Televimex, S.A. de C.V., solicitó se le concediera una prórroga respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/720/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 03/25/09/2023** de fecha 25 de septiembre de 2023 y notificado el 28 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/072/2023 de fecha 26 de septiembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga de 5 (cinco) días hábiles.

Cuadragésimo Sexto.- Prórroga Radio Televisión, S.A. de C.V. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 22 de septiembre de 2023, al que se le asignó el número de folio 025428, el C. Jorge Rubén Vilchis Hernández en su carácter de representante legal de Radio Televisión, S.A. de C.V., solicitó se le concediera una prórroga respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/717/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 01/25/09/2023** de fecha 25 de septiembre de 2023 y notificado el 28 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/070/2023 de fecha 26 de septiembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga de 5 (cinco) días hábiles.

Cuadragésimo Séptimo.- Prórroga Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 22 de septiembre de 2023, al que se le asignó el número de folio 025429, el C. Jorge Rubén Vilchis Hernández en su carácter de representante legal de Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., solicitó se le concediera una prórroga respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/719/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 02/25/09/2023** de fecha 25 de septiembre de 2023 y notificado el 28 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/071/2023 de fecha 26 de septiembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga de 5 (cinco) días hábiles.

Cuadragésimo Octavo.- Prórroga Televisora de Occidente, S.A. de C.V. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 22 de septiembre de 2023, al que se le asignó el número de folio 025430, el C. Jorge Rubén Vilchis Hernández en su carácter de representante legal de Televisora de Occidente, S.A. de C.V., solicitó se le concediera una prórroga respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/713/2023. Dicho escrito

fue acordado mediante **ACUERDO 04/25/09/2023** de fecha 25 de septiembre de 2023 y notificado el 28 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/073/2023 de fecha 26 de septiembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga de 5 (cinco) días hábiles.

Cuadragésimo Noveno.- Prórroga Televisora de Navojoa, S.A. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 22 de septiembre de 2023, al que se le asignó el número de folio 025431, el C. Jorge Rubén Vilchis Hernández en su carácter de representante legal de Televisora de Navojoa, S.A., solicitó se le concediera una prórroga respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/712/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 05/25/09/2023** de fecha 25 de septiembre de 2023 y notificado el 28 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/074/2023 de fecha 26 de septiembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga de 5 (cinco) días hábiles.

Quincuagésimo.- Prórroga Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 22 de septiembre de 2023, al que se le asignó el número de folio 025432, el C. Jorge Rubén Vilchis Hernández en su carácter de representante legal de Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V., solicitó se le concediera una prórroga respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/716/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 09/25/09/2023** de fecha 25 de septiembre de 2023 y notificado el 28 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/078/2023 de fecha 26 de septiembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga de 5 (cinco) días hábiles.

Quincuagésimo Primero.- Prórroga Televisora Peninsular, S.A. de C.V. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 22 de septiembre de 2023, al que se le asignó el número de folio 025433, el C. Jorge Rubén Vilchis Hernández en su carácter de representante legal de Televisora Peninsular, S.A. de C.V., solicitó se le concediera una prórroga, respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/714/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 08/25/09/2023** de fecha 25 de septiembre de 2023 y notificado el 28 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/077/2023 de fecha 26 de septiembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga de 5 (cinco) días hábiles.

Quincuagésimo Segundo.- Prórroga Servicios RTMN S.A de C.V. (Antes Radiotelevisora de México Norte S.A. de C.V.) Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 22 de septiembre de 2023, al que se le asignó el número de folio 025434, la C. Sandra Jessica Camacho Esquivel en su carácter de representante legal de Servicios RTMN S.A de C.V. (Antes Radiotelevisora de México Norte S.A. de C.V., solicitó se le concediera una prórroga, respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/718/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 06/25/09/2023**

de fecha 25 de septiembre de 2023 y notificado el 28 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/075/2023 de fecha 26 de septiembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga de 5 (cinco) días hábiles.

Quincuagésimo Tercero.- Prórroga Televisa, S. de R.L. de C.V. (Como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V. y Televisora de Mexicali S.A. de C.V.) Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 22 de septiembre de 2023, al que se le asignó el número de folio 025435, la C. Sandra Jessica Camacho Esquivel en su carácter de representante legal de Televisa, S. de R.L. de C.V. (Como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V. y Televisor de Mexicali S.A. de C.V.), solicitó se le concediera una prórroga respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/721/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 07/25/09/2023** de fecha 25 de septiembre de 2023 y notificado el 28 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/076/2023 de fecha 26 de septiembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga de 5 (cinco) días hábiles.

Quincuagésimo Cuarto.- Alcance al escrito de solicitud de prórroga Televisa, S. de R.L. de C.V. (Antes Televisa S.A de C.V.) (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V. y Televisora de Mexicali S.A. de C.V.) Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 25 de septiembre de 2023, al que se le asignó el número de folio 025492, la C. Sandra Jessica Camacho Esquivel en su carácter de representante legal de Televisa, S. de R.L. de C.V. (Como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V. y Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), acreditó el cambio de régimen de Televisa, S.A de C.V., a Televisa, S. de R.L. de C.V.

Quincuagésimo Quinto.- Alcance al escrito de solicitud de prórroga Servicios RTMN, S.A de C.V. (Antes Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.) Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 25 de septiembre de 2023, al que se le asignó el número de folio 025493, la C. Sandra Jessica Camacho Esquivel en su carácter de representante legal de Servicios RTMN, S.A de C.V. (Antes Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.), acreditó el cambio de denominación de Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V., a Servicios RTMN, S.A de C.V.

Quincuagésimo Sexto.- Manifestaciones Telemisión, S.A de C.V. Con escrito presentado vía correo electrónico ante la Oficialía de Partes del Instituto el 26 de septiembre de 2023, y entregado el día siguiente en físico en la mencionada Oficialía, al que se le asignó el número de folio 025762 el **Nombre de persona física**, en su carácter de supuesto apoderado de Telemisión, S.A de C.V., pretendió ejercer el derecho de audiencia que le fue concedido mediante oficio IFT/221/UPR/732/2023.

Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 12/29/09/2023** de fecha 29 de septiembre de 2023; mediante el oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/082/2023 de misma fecha, notificado el 06 de octubre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el mencionado acuerdo, previno al promovente para que en un plazo de 5 (cinco) días hábiles contados a partir de la notificación de dicho Acuerdo, presentara documentación que acreditara su personalidad para efectos de que la autoridad estuviera en posibilidad de resolver lo que en derecho corresponda.

Quincuagésimo Séptimo.- Manifestaciones TV Ocho, S.A de C.V. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 27 de septiembre de 2023, al que se le asignó el número de folio 025887 el C. **Nombre de persona física**, en su carácter de presunto apoderado legal de TV Ocho, S.A. de C.V, pretendió ejercer el derecho de audiencia que le fue concedido mediante oficio IFT/221/UPR/729/2023.

Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 11/29/09/2023** de fecha 29 de septiembre de 2023; en el mismo se asentó que dicho escrito se presentó de manera extemporánea, toda vez que en el Oficio de Inicio de Procedimiento se otorgó a la persona moral el término de 10 días hábiles para que manifestara lo que a su derecho conviniera plazo que empezó a computarse a partir del día hábil siguiente a aquel en que surtió efectos la notificación, misma que se efectuó el día 12 de septiembre de 2023, el referido plazo de 10 días hábiles inició su cómputo el día miércoles 13 de septiembre de 2023, y feneció el día martes 26 del mismo mes y año, por lo que el mismo se tiene por no presentado al ser notoriamente extemporáneo.

Por cuanto a la personalidad con la que se ostentó el promovente, la solicitud de autorización de personas, así como el domicilio señalado para oír y recibir notificaciones, no hubo lugar a acordar de conformidad, hasta en tanto se presentara el documento idóneo para tales efectos. El acuerdo de mérito fue notificado el 06 de octubre de 2023, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/080/2023 de fecha 29 de septiembre de 2023.

Quincuagésimo Octavo.- Notificación del Acuerdo 13/29/09/2023 a Canal 13 de Michoacán, S.A de C.V. Mediante el Acuerdo 13/29/09/2023 se notifica la preclusión del término para presentar manifestaciones y ofrecer pruebas. El acuerdo de mérito fue notificado por instructivo el día 06 de octubre de 2023, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/089/2023 de fecha 29 de septiembre de 2023.

Quincuagésimo Noveno.- Notificación del Acuerdo 14/29/09/2023 a Hilda Graciela Rivera Flores. Mediante el Acuerdo 14/29/09/2023 se notifica la preclusión del término para presentar manifestaciones y ofrecer pruebas. El acuerdo de mérito fue notificado el día 06 de octubre de 2023, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/090/2023 de fecha 29 de septiembre de 2023.

Sexagésimo.- Notificación del Acuerdo 15/29/09/2023 a José de Jesús Partida Villanueva. Mediante el Acuerdo 15/29/09/2023 se notifica la preclusión del término para

presentar manifestaciones y ofrecer pruebas. El acuerdo de mérito fue notificado el día 09 de octubre de 2023, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/091/2023 de fecha 29 de septiembre de 2023.

Sexagésimo Primero.- Notificación del Acuerdo 16/29/09/2023 a José Humberto y Loucille, Martínez Morales. Mediante el Acuerdo 16/29/09/2023 se notifica la preclusión del término para presentar manifestaciones y ofrecer pruebas. El acuerdo de mérito fue notificado el día 06 de octubre de 2023, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/092/2023 de fecha 29 de septiembre de 2023.

Sexagésimo Segundo.- Notificación del Acuerdo 17/29/09/2023 a Mario Enrique Mayans Concha. Mediante el Acuerdo 17/29/09/2023 se notifica la preclusión del término para presentar manifestaciones y ofrecer pruebas. El acuerdo de mérito fue notificado el día 06 de octubre de 2023, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/093/2023 de fecha 29 de septiembre de 2023.

Sexagésimo Tercero.- Notificación del Acuerdo 18/29/09/2023 a Roberto Casimiro González Treviño. Mediante el Acuerdo 18/29/09/2023 se notifica la preclusión del término para presentar manifestaciones y ofrecer pruebas. El acuerdo de mérito fue notificado el día 06 de octubre de 2023, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/095/2023 de fecha 29 de septiembre de 2023.

Sexagésimo Cuarto.- Notificación del Acuerdo 19/29/09/2023 a Televisión de la Frontera, S.A. Mediante el Acuerdo 19/29/09/2023 se notifica la preclusión del término para presentar manifestaciones y ofrecer pruebas. El acuerdo de mérito fue notificado el día 06 de octubre de 2023, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/096/2023 de fecha 29 de septiembre de 2023.

Sexagésimo Quinto.- Notificación del Acuerdo 20/29/09/2023 a Televisión de Michoacán, S.A de C.V. Mediante el Acuerdo 20/29/09/2023 se notifica la preclusión del término para presentar manifestaciones y ofrecer pruebas. El acuerdo de mérito fue notificado el día 06 de octubre de 2023, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/097/2023 de fecha 29 de septiembre de 2023.

Sexagésimo Sexto.- Notificación del Acuerdo 21/29/09/2023 a Televisión La Paz, S.A. Mediante el Acuerdo 21/29/09/2023 se notifica la preclusión del término para presentar manifestaciones y ofrecer pruebas. El acuerdo de mérito fue notificado por instructivo el día 09 de octubre de 2023, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/098/2023 de fecha 29 de septiembre de 2023.

Sexagésimo Séptimo.- Notificación del Acuerdo 22/29/09/2023 a Televisora Potosina S.A de C.V. Mediante el Acuerdo 22/29/09/2023 se notifica la preclusión del término para presentar manifestaciones y ofrecer pruebas. El acuerdo de mérito fue notificado por instructivo el día 12 de octubre de 2023, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/100/2023 de fecha 29 de septiembre de 2023.

Sexagésimo Octavo.- Notificación del Acuerdo 23/29/09/2023 a Pedro Luis Fitzmaurice Meneses. Mediante el Acuerdo 23/29/09/2023 se notifica la preclusión del término para presentar manifestaciones y ofrecer pruebas. El acuerdo de mérito fue notificado el día 06 de octubre de 2023, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/094/2023 de fecha 29 de septiembre de 2023.

Sexagésimo Noveno.- Prórroga adicional Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 04 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 026851, la C. Deborah Flores Garza, representante legal de Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V., solicitó se le concediera una prórroga adicional a su representada respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/078/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 24/05/10/2023** de fecha 5 de octubre de 2023 y notificado el 10 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/100/2023 de fecha 05 de octubre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga adicional de 3 (tres) días hábiles.

Septuagésimo.- Prórroga adicional Grupo Televisa, S.A.B. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 04 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 026848, el C. Rubén Vilchis Hernández, representante legal de Grupo Televisa S.A.B., solicitó se le concediera una prórroga adicional a su representada respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/079/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 25/05/10/2023** de fecha 5 de octubre de 2023 y notificado el 10 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/101/2023 de fecha 05 de octubre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga adicional de 3 (tres) días hábiles.

Septuagésimo Primero.- Prórroga adicional Servicios RTMN, S.A de C.V. (Antes Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.) Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 04 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 026849, la C. Sandra Jessica Camacho Esquivel, representante legal de Servicios RTMN, S.A de C.V. (Antes Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.), solicitó se le concediera una prórroga adicional a su representada respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/075/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 26/05/10/2023** de fecha 5 de octubre de 2023 y notificado el 10 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/102/2023 de fecha 05 de octubre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga adicional de 3 (tres) días hábiles.

Septuagésimo Segundo.- Prórroga adicional Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V.

Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 04 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 026845, el C. Rubén Vilchis Hernández, representante legal de Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., solicitó se le concediera una prórroga adicional a su representada respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/071/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 27/05/10/2023** de fecha 5 de octubre de 2023, y notificado el 10 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/103/2023 de fecha 05 de octubre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga adicional de 3 (tres) días hábiles.

Septuagésimo Tercero.- Prórroga adicional Televimex, S.A. de C.V. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 04 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 026847, el C. Rubén Vilchis Hernández, representante legal de Televimex, S.A. de C.V., solicitó se le concediera una prórroga adicional a su representada respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/072/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 28/05/10/2023** de fecha 5 de octubre de 2023, y notificado el 10 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/104/2023 de fecha 05 de octubre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga adicional de 3 (tres) días hábiles.

Septuagésimo Cuarto.- Prórroga adicional Televisa, S. de R.L. de C.V. (Como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V. y Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.) Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 04 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 026850, la C. Sandra Jessica Camacho Esquivel, representante legal de Televisa, S. de R.L. de C.V. (Como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V. y Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), solicitó se le concediera una prórroga adicional a su representada respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/076/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 29/04/10/2023** de fecha 5 de octubre de 2023 y notificado el 10 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/105/2023 de fecha 05 de octubre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga adicional de 3 (tres) días hábiles.

Septuagésimo Quinto.- Prórroga adicional Radio Televisión, S.A. de C.V. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 04 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 026846, el C. Rubén Vilchis Hernández, representante legal de Radio Televisión, S.A. de C.V., solicitó se le concediera una prórroga adicional a su representada respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/070/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 30/04/10/2023** de fecha 5 de octubre de

2023, y notificado el 10 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/106/2023 de fecha 05 de octubre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga adicional de 3 (tres) días hábiles.

Septuagésimo Sexto.- Prórroga adicional Televisora de Navojoa, S.A. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 04 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 026842, el C. Rubén Vilchis Hernández, representante legal de Televisora de Navojoa, S.A., solicitó se le concediera una prórroga adicional a su representada respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/074/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 31/04/10/2023** de fecha 5 de octubre de 2023, y notificado el 10 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/107/2023 de fecha 05 de octubre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga adicional de 3 (tres) días hábiles.

Septuagésimo Séptimo.- Prórroga adicional Televisora de Occidente, S.A. de C.V. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 04 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 026844, el C. Rubén Vilchis Hernández, representante legal de Televisora de Occidente, S.A. de C.V., solicitó se le concediera una prórroga adicional a su representada respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/073/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 32/04/10/2023** de fecha 5 de octubre de 2023 y notificado el 10 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/108/2023 de fecha 05 de octubre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga adicional de 3 (tres) días hábiles.

Septuagésimo Octavo.- Prórroga adicional Televisora Peninsular, S.A. de C.V. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 04 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 026843, el C. Rubén Vilchis Hernández, representante legal de Televisora Peninsular, S.A. de C.V., solicitó se le concediera una prórroga adicional a su representada respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/077/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 33/04/10/2023** de fecha 5 de octubre de 2023 y notificado el 10 del mismo mes y año, a través de oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/109/2023 de fecha 05 de octubre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga adicional de 3 (tres) días hábiles.

Septuagésimo Noveno.- Manifestaciones Televisora La Paz, S.A. Con escrito presentado ante la Oficialía de Partes del Instituto el 04 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 026911 el C. Nombre de persona física, en relación con Televisora La Paz, S.A., devolvió el oficio IFT/221/UPR/731/2023 de 8 de septiembre de

2023, así como acta de notificación de fechas 11 y 12 de septiembre de 2023, respectivamente.

Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 34/05/10/2023** de fecha 05 de octubre de 2023, en el mismo se asentó que con fundamento en los artículos 15 y 19 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, no se acredita el interés del promovente en el procedimiento que se actúa por lo que dicho acuerdo únicamente se agregó al expediente correspondiente para los efectos legales a que haya lugar.

Octogésimo.- Manifestaciones Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V. Con escrito presentado ante la Oficialía de Partes del Instituto el 09 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 027238 el **Nombre de persona física**, por propio derecho y en relación con Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V., devolvió el oficio IFT/221/UPR/730/2023 de 8 de septiembre de 2023.

Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 35/05/10/2023** de fecha 11 de octubre de 2023; en el mismo se asentó que con fundamento en los artículos 15 y 19 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, no se acredita el interés del promovente en el procedimiento que se actúa por lo que dicho acuerdo únicamente se agregó al expediente correspondiente para los efectos legales a que haya lugar.

Octogésimo Primero.- Manifestaciones TV Ocho, S.A de C.V. Con escrito presentado ante la Oficialía de Partes del Instituto el 12 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 027593 el C. Juan Gabriel Castillo Vidales, apoderado de TV Ocho, S.A de C.V., señaló domicilio para oír y recibir toda clase de documentos y notificaciones, autorizó a diversos profesionistas para tales efectos y realizó diversas manifestaciones respecto del procedimiento en que se actúa.

Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 37/16/10/2023** de fecha 16 de octubre de 2023, en el mismo se asentó que se reitera lo señalado en el oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/080/2023 de 29 de septiembre de 2023, notificado el día 6 de octubre de la misma anualidad, a través del cual se hizo del conocimiento a “T.V. Ocho, S.A. de C.V”, la preclusión para realizar manifestaciones con relación al requerimiento formulado mediante el Oficio de Inicio de Procedimiento.

Con relación a la reiteración que realiza respecto de la terminación de la concesión otorgada a su poderdante, se hizo de su conocimiento que la misma podrá ser tomada en cuenta al momento de emitir la resolución correspondiente. El acuerdo de mérito fue notificado el 23 de octubre de 2023, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/115/2023 de fecha 17 de octubre de 2023.

Octogésimo Segundo.- Manifestaciones Telemisión, S.A de C.V. Con escrito presentado ante la Oficialía de Partes del Instituto el 13 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 027706, el C. José Antonio de Jesús Partida Amador, representante legal de Telemisión, S.A de C.V. (en lo sucesivo “Telemisión”), señaló domicilio para oír y recibir notificaciones, autorizó a diversas personas para tales efectos,

aseverando que José de Jesús Partida Villanueva dejó de tener el carácter de concesionario a partir del 28 de noviembre de 2017, fecha en la que el Pleno del Instituto aprobó el **Acuerdo P/IFT/281117/799**, y que el derecho para realizar manifestaciones y ofrecer elementos de prueba le corresponde como actual titular de la concesión para operar la estación XHTX-TDT, sin que pueda tenerse por precluido su derecho por haberse notificado a diversa persona que carece por completo de interés jurídico.

Dicho escrito fue acordado mediante **Acuerdo 38/16/09/2023** de fecha 16 de octubre de 2023; en el mismo se asentó que el Oficio de Inicio de Procedimiento se dirigió al C. José de Jesús Partida Villanueva, como integrante del grupo de interés económico declarado como agente económico preponderante en el sector de radiodifusión.

Asimismo, en el citado Acuerdo 38/16/09/2023 se aclaró que: con fundamento en el Acuerdo P/IFT/280922/497, notificado a Televisión el 12 de octubre de 2022, se resolvió que Televisión dejó de formar parte del Grupo de Interés Económico declarado como Agente Económico Preponderante en el Sector de Radiodifusión, y que se extinguió su obligación de dar cumplimiento a la regulación asimétrica aplicable al AEPR; por lo anterior, y dado que Televisión no forma parte del AEPR, carece de interés jurídico para realizar manifestaciones y ofrecer elementos de prueba en el procedimiento relativo a la revisión de las medidas impuestas al AEPR, que pudiera conllevar la modificación, supresión y/o adición de las mismas; sin embargo, al no existir un pronunciamiento del Pleno del Instituto respecto de la salida de José de Jesús Partida Villanueva como integrante del AEPR, ni que el promovente acredite personalidad o legitimación para promover a nombre de José de Jesús Partida Villanueva para dejar de ser considerado como parte del AEPR, sus manifestaciones se tuvieron por hechas a nombre de Televisión.

El Acuerdo de mérito fue notificado el 23 de octubre de 2023, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/114/2023 de fecha 16 de octubre de 2023.

Octogésimo Tercero.- Manifestaciones de Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., Televisora Peninsular, S.A. de C.V., (en lo sucesivo, “GTV y subsidiarias” o “GTV”). Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 13 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 027700, el C. Jorge Rubén Vilchis Hernández, en su carácter de representante legal de Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., Televisora Peninsular, S.A. de C.V., realizó diversas manifestaciones en atención al contenido de los oficios IFT/221/UPR/712/2023, IFT/221/UPR/713/2023, IFT/221/UPR/714/2023, IFT/221/UPR/715/2023, IFT/221/UPR/717/2023, IFT/221/UPR/719/2023 y IFT/221/UPR/720/2023, ejerciendo con ello su derecho de audiencia.

Dicho escrito fue acordado mediante **Acuerdo 40/18/10/2023** de fecha 18 de octubre de 2023; en el escrito motivo del referido Acuerdo se ofrecieron las siguientes pruebas: 1) La

DOCUMENTAL consistente en el Análisis económico del Doctor en Economía [Nombre de persona física], 2) La DOCUMENTAL consistente en el Análisis económico y técnico del mercado de publicidad de [Nombre de persona moral], 3) La DOCUMENTAL consistente en el Análisis del Ingeniero [Nombre de persona física], 4) La DOCUMENTAL consistente en la sentencia dictada en el Amparo en Revisión 751/2018, de fecha 21 de noviembre de 2019, emitida por la Segunda Sala de la SCJN, la cual es consultable en el siguiente vínculo: <https://www2.scjn.gob.mx/ConsultaTematica/PaginasPub/DetallePub.aspx?AsuntoID=242541>, 5) La DOCUMENTAL consistente en la sentencia dictada en el Juicio de Amparo 1161/2017, de fecha 28 de febrero de 2019, emitida por el Juzgado Segundo de Distrito en Materia Administrativa Especializada en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones con residencia en la Ciudad de México y Jurisdicción en toda la República, la cual es consultable en el siguiente vínculo: http://sise.cjf.gob.mx/SVP/word1.aspx?arch=1302/1302000020707122070.doc_1&sec=Arelly_Mu%C3%B1oz_L%C3%B3pez&svp=1, 6) La DOCUMENTAL consistente en la sentencia dictada en el Amparo en Revisión 256/2020, de fecha 19 de mayo de 2021, emitida por la Segunda Sala de la SCJN, la cual es consultable en el siguiente vínculo: <https://www2.scjn.gob.mx/ConsultaTematica/PaginasPub/DetallePub.aspx?AsuntoID=271403>, 7) La DOCUMENTAL consistente en la sentencia dictada en el Amparo en Revisión 986/2018, de fecha 3 de marzo de 2021, emitida por la Segunda Sala de la SCJN, la cual es consultable en el siguiente vínculo: <https://www2.scjn.gob.mx/ConsultaTematica/PaginasPub/DetallePub.aspx?AsuntoID=246621>, 8) La DOCUMENTAL consistente en la sentencia dictada en la Acción de Inconstitucionalidad 95/2021 y su acumulada 105/2021, de fecha 16 de noviembre de 2021, emitida por el Pleno de la SCJN, la cual es consultable en el siguiente vínculo: <https://www2.scjn.gob.mx/ConsultaTematica/PaginasPub/DetallePub.aspx?AsuntoID=284621>, 9) La PERICIAL EN MATERIA DE ECONOMÍA, consistente en el dictamen pericial que rinda el perito [Nombre de persona física], 10) La PERICIAL EN MATERIA DE RADIODIFUSIÓN Y TELECOMUNICACIONES, consistente en el dictamen pericial que rinda el Ingeniero [Nombre de persona física].

Asimismo, se propuso como perito tercero, al Ingeniero [Nombre de persona física], 11) La PERICIAL EN MATERIA DE PUBLICIDAD EN RADIODIFUSIÓN, TELECOMUNICACIONES Y TECNOLOGÍAS AFINES, consistente en el dictamen pericial que rinda el Ingeniero [Nombre de persona física], 12) La INSPECCIÓN OCULAR, consistente en la visita que realice el funcionario adscrito de ese IFT a las instalaciones de su representada, 13) La INSTRUMENTAL DE ACTUACIONES, consistente en todo lo actuado dentro del presente expediente en todo aquello que beneficie a los intereses de mis representadas, 14) La PRESUNCIONAL en su doble aspecto, legal y humana, en todo cuanto beneficie a mis representadas.

Por lo que hace a las pruebas ofrecidas marcadas con los numerales 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 13 y 14, de su escrito de manifestaciones, en virtud de que dichas pruebas reunieron los requisitos previstos en el artículo 50 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, en correlación con el artículo 202 del Código Federal de Procedimientos Civiles (en lo sucesivo “CFPC”), ambas legislaciones supletorias a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en términos de su artículo 6, fracciones IV y VII, se tuvieron por ofrecidas, se admitieron y se tuvieron por desahogadas dada su propia y especial naturaleza.

Por otra parte, en atención a las pruebas marcadas con los numerales 9. La PERICIAL EN MATERIA DE ECONOMÍA y 11. La PERICIAL EN MATERIA DE PUBLICIDAD EN RADIODIFUSIÓN, TELECOMUNICACIONES Y TECNOLOGÍAS AFINES, con fundamento en el artículo 147 del CFPC, de aplicación supletoria a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en términos de su artículo 6, fracción VII, se admitieron dichas pruebas periciales y se requirió para que los peritos en dichas materias se presentaran en las oficinas de este Órgano Constitucional Autónomo, dentro de los 3 (tres) días hábiles siguientes a aquel en que surtiera sus efectos la notificación del Acuerdo 40/18/10/2023, para que manifestaran la aceptación y protesta de desempeñar sus encargos como peritos, debiendo presentar los documentos en original o copia certificada que acrediten sus conocimientos en las materias antes citadas, una vez ocurrido lo anterior, se otorgó un plazo de 10 (diez) días hábiles, contados a partir del día siguiente a aquel en que aceptaron y protestaron los cargos conferidos, para rendir el dictamen pericial correspondiente, bajo el apercibimiento de que de no presentarse a protestar los cargos señalados, o bien, no rendir los dictámenes periciales en el término concedido, precluiría su derecho y en consecuencia, se rechazarían dichas probanzas en términos del artículo 50 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo supletoria de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión en términos de su artículo 6, fracción IV.

Por lo que hace a la prueba marcada con el numeral 12. La INSPECCIÓN OCULAR, se admitió dicha probanza, y para su desahogo, con fundamento en el artículo 20, fracción XXVI del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, se comisionaron a los servidores públicos adscritos a la Unidad de Política Regulatoria de este Instituto, a efecto de que llevaran a cabo la inspección ocular en términos del artículo 161 del CFPC, de aplicación supletoria a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en términos de su artículo 6, fracción VII, el día martes 31 de octubre de 2023, a las 11:00 a.m., para que se constituyan en el domicilio señalado por los oferentes.

En atención a la prueba marcada con el numeral 10. La PERICIAL EN MATERIA DE RADIODIFUSIÓN Y TELECOMUNICACIONES, con fundamento en el artículo 147 del CFPC, de aplicación supletoria a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en términos de su artículo 6, fracción VII, se admitió dicha prueba pericial, sin que se admitiera la propuesta del perito tercero, en virtud de que el procedimiento administrativo seguido para la revisión de medidas en radiodifusión constituye un procedimiento sui generis que encuentra su fundamento en las propias medidas, en específico en la medida TRIGÉSIMA, de la Resolución que determinó al Agente Económico Preponderante en el

sector de Radiodifusión, e instaurado con el objetivo de realizar una evaluación del impacto de dichas medidas en términos de competencia; por lo que la revisión de las mismas no es un procedimiento que busque dirimir una controversia entre dos o más partes que implique que la prueba pericial deba integrarse de manera colegiada. El acuerdo de mérito fue notificado el 26 de octubre de 2023, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/117/2023 de fecha 18 de octubre de 2023.

Octogésimo Cuarto.- Manifestaciones de Televisa, S. de R.L. (Antes Televisa S.A de C.V.), (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S.A de C.V. (Radiotelevisora de México Norte S.A. de C.V.) y Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V. (en lo sucesivo “GTV”). Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 13 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 027699, las C.C. Sandra Jessica Camacho Esquivel y Deborah Flores Garza en su carácter de representantes legales, la primera, de Televisa, S. de R.L. de C.V. (antes Televisa, S.A. de C.V.) (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S.A. de C.V. (antes Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.), y la segunda, de Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V., realizaron diversas manifestaciones en atención al contenido de los oficios IFT/221/UPR/716/2023, IFT/221/UPR/718/2023 y IFT/221/UPR/721/2023, ejerciendo con ello su derecho de audiencia.

Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 39/18/10/2023** de fecha 18 de octubre de 2023; en el escrito motivo del referido Acuerdo se ofrecieron las siguientes pruebas: 1) La DOCUMENTAL consistente en el Análisis económico del Doctor en Economía [redacted] **Nombre de persona física** 2) La DOCUMENTAL consistente en el Análisis económico y técnico del mercado de publicidad de [redacted] **Nombre de persona moral**, 3) La DOCUMENTAL consistente en el Análisis del Ingeniero [redacted] **Nombre de persona física**, 4) La DOCUMENTAL consistente en la sentencia dictada en el Amparo en Revisión 751/2018, de fecha 21 de noviembre de 2019 emitida por la SCJN de Justicia de la Nación, la cual es consultable en el siguiente vínculo: <https://www2.scjn.gob.mx/ConsultaTematica/PaginasPub/DetallePub.aspx?AsuntoID=242541>, 5) La DOCUMENTAL consistente en la sentencia dictada en el Juicio de Amparo 1161/2017, de fecha 28 de febrero de 2019 emitida por el Juzgado Segundo de Distrito en Materia Administrativa Especializada en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones con residencia en la Ciudad de México y Jurisdicción en toda la República, la cual es consultable en el siguiente vínculo: [http://sise.cjf.gob.mx/SVP/word1.aspx?arch=1302/1302000020707122070.doc_1&sec=Arel Mu%C3%B1oz L%C3%B3pez&svp=1](http://sise.cjf.gob.mx/SVP/word1.aspx?arch=1302/1302000020707122070.doc_1&sec=Arel%20Mu%C3%B1oz%20L%C3%B3pez&svp=1), 6) La DOCUMENTAL consistente en la sentencia dictada en el Amparo en Revisión 256/2020, de fecha 19 de mayo de 2021 emitida por la Segunda Sala de la SCJN, la cual es consultable en el siguiente vínculo: <https://www2.scjn.gob.mx/ConsultaTematica/PaginasPub/DetallePub.aspx?AsuntoID=242541>

D=271403 , 7) La DOCUMENTAL consistente en la sentencia dictada en el Amparo en Revisión 986/2018, de fecha 3 de marzo de 2021 emitida por la Segunda Sala de la SCJN, la cual es consultable en el siguiente vínculo:<https://www2.scjn.gob.mx/ConsultaTematica/PaginasPub/DetallePub.aspx?AsuntoID=246621>, 8) La DOCUMENTAL consistente en la sentencia dictada en la Acción de Inconstitucionalidad 95/2021 y su acumulada 105/2021, de fecha 16 de noviembre de 2021 emitida por el Pleno de la SCJN, la cual es consultable en el siguiente vínculo:<https://www2.scjn.gob.mx/ConsultaTematica/PaginasPub/DetallePub.aspx?AsuntoID=284621>, 9) La PERICIAL EN MATERIA DE ECONOMÍA, consistente en el dictamen pericial que rinda el perito [Nombre de persona física], 10) La PERICIAL EN MATERIA DE RADIODIFUSIÓN Y TELECOMUNICACIONES, consistente en el dictamen pericial que rinda el Ingeniero [Nombre de persona física] .

Asimismo, se propuso como perito tercero, al Ingeniero [Nombre de persona física] 11) La PERICIAL EN MATERIA DE PUBLICIDAD EN RADIODIFUSIÓN, TELECOMUNICACIONES Y TECNOLOGÍAS AFINES, consistente en el dictamen pericial que rinda el Ingeniero [Nombre de persona física] , 12) La INSPECCIÓN OCULAR, consistente en la visita que realice el funcionario adscrito de ese IFT a las instalaciones de su representada, 13) La INSTRUMENTAL DE ACTUACIONES, consistente en todo lo actuado dentro del presente expediente en todo aquello que beneficie a los intereses de mis representadas, 14) La PRESUNCIONAL en su doble aspecto, legal y humana, en todo cuanto beneficie a mis representadas.

Por lo que hace a las pruebas ofrecidas marcadas con los numerales 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 13 y 14, de su escrito de manifestaciones, en virtud de que dichas pruebas reunieron los requisitos previstos en el artículo 50 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, en correlación con el artículo 202 del CFPC, ambas legislaciones supletorias a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en términos de su artículo 6, fracciones IV y VII, se tuvieron por ofrecidas, se admitieron y se tuvieron por desahogadas dada su propia y especial naturaleza.

Por otra parte, en atención a las pruebas marcadas con los numerales 9. La PERICIAL EN MATERIA DE ECONOMÍA y 11. La PERICIAL EN MATERIA DE PUBLICIDAD EN RADIODIFUSIÓN, TELECOMUNICACIONES Y TECNOLOGÍAS AFINES, con fundamento en el artículo 147 del CFPC, de aplicación supletoria a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en términos de su artículo 6, fracción VII, se admitieron dichas pruebas periciales y se requirió que los peritos en dichas materias se presentaran en las oficinas de este Órgano Constitucional Autónomo, dentro de los 3 (tres) días hábiles siguientes a aquel en que surtiera sus efectos la notificación del Acuerdo 39/18/10/2023, para que manifestaran la aceptación y protesta de desempeñar sus encargos como peritos, debiendo presentar los documentos en original o copia certificada que acreditaran sus conocimientos en las materias antes citadas, una vez ocurrido lo anterior, contarían con un plazo de 10 (diez) días hábiles, contados a partir del día siguiente a aquel en que hayan aceptado y protestado los cargos conferidos, para rendir el dictamen

pericial correspondiente, bajo el apercibimiento de que de no presentarse a protestar los cargos señalados, o bien, no rendir los dictámenes periciales en el término concedido, precluiría su derecho y en consecuencia, se rechazarían dichas probanzas en términos del artículo 50 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo supletoria de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión en términos de su artículo 6, fracción IV.

Por lo que hace a la prueba marcada con el numeral 12. La INSPECCIÓN OCULAR, se admitió dicha probanza, y para su desahogo, con fundamento en el artículo 20, fracción XXVI del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, se comisionaron a los servidores públicos adscritos a la Unidad de Política Regulatoria de este Instituto, a efecto de que llevaran a cabo la inspección ocular en términos del artículo 161 del CFPC, de aplicación supletoria a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en términos de su artículo 6, fracción VII, el día martes 31 de octubre de 2023, a las 11:00 a.m., para que se constituyan en el domicilio señalado por los oferentes.

En atención a la prueba marcada con el numeral 10. La PERICIAL EN MATERIA DE RADIODIFUSIÓN Y TELECOMUNICACIONES, con fundamento en el artículo 147 del CFPC, de aplicación supletoria a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en términos de su artículo 6, fracción VII, se admitió dicha prueba pericial, sin que se admitiera la propuesta del perito tercero, en virtud de que el procedimiento administrativo seguido para la revisión de medidas en radiodifusión constituye un procedimiento sui generis que encuentra su fundamento en las propias medidas, en específico en la medida TRIGÉSIMA, de la Resolución que determinó al Agente Económico Preponderante en el sector de Radiodifusión, e instaurado con el objetivo de realizar una evaluación del impacto de dichas medidas en términos de competencia; por lo que la revisión de las mismas no es un procedimiento que busque dirimir una controversia entre dos o más partes que implique que la prueba pericial deba integrarse de manera colegiada. El acuerdo de mérito fue notificado el 26 de octubre de 2023, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/116/2023 de fecha 18 de octubre de 2023.

Octogésimo Quinto.- Devolución del oficio IFT/221/UPR-DG-DTR/093/2023. Con escrito presentado ante la Oficialía de Partes del Instituto el 19 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 028278 el C. **Nombre de persona física** por propio derecho y en relación con Mario Enrique Mayans Concha devolvió el oficio IFT/221/UPR-DG-DTR/093/2023 de 29 de septiembre de 2023.

Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 41/24/10/2023** de fecha 24 de octubre de 2023, en el mismo se asentó que con fundamento en el artículo 36 primer párrafo de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo este Instituto notificó a Mario Enrique Mayans Concha el inicio del presente procedimiento, así como posteriores Acuerdos dictados dentro del mismo, en el último domicilio registrado ante esta autoridad. Igualmente, en el referido Acuerdo se asentó que se solicitó a la autoridad hacendaria informara del último domicilio de la empresa que tuviera registrado, y derivado de la información recibida se

determinó en el mismo Acuerdo que a partir de ese momento se llevarían en ese domicilio las posteriores notificaciones.

Asimismo, con fundamento los artículos 15 y 19 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, en el multicitado Acuerdo se asentó que **Nombre de persona física** no acreditaba el interés en el procedimiento en que se actúa por lo que se determinó que su escrito únicamente se agregara al expediente correspondiente para los efectos legales a que haya lugar.

Octogésimo Sexto.- Devolución del oficio IFT/221/UPR-DG-DTR/096/2023. Con escrito presentado ante la Oficialía de Partes del Instituto el 19 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 028280 el C. **Nombre de persona física**, por propio derecho y en relación con Televisión de la Frontera, S.A. devolvió el oficio IFT/221/UPR-DG-DTR/096/2023 de 29 de septiembre de 2023.

Dicho escrito fue acordado mediante ACUERDO 42/24/10/2023 de fecha 24 de octubre de 2023, en el mismo se asentó que con fundamento en el artículo 36 primer párrafo de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo este Instituto notificó Televisión de la Frontera, S.A. el inicio del presente procedimiento, así como posteriores Acuerdos dictados dentro del mismo, en el último domicilio registrado ante esta autoridad. Igualmente, en el referido Acuerdo se asentó que se solicitó a la autoridad hacendaria informara del último domicilio de la empresa que tuviera registrado, y derivado de la información recibida se determinó en el mismo Acuerdo que a partir de ese momento se llevarían en ese domicilio las posteriores notificaciones.

Asimismo, con fundamento en los artículos 15 y 19 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, en el multicitado Acuerdo se asentó que **Nombre de persona física** no acreditaba el interés en el procedimiento en que se actúa por lo que se determinó que su escrito únicamente se agregara al expediente correspondiente para los efectos legales a que haya lugar.

Octogésimo Séptimo.- Devolución del oficio IFT/221/UPR-DG-DTR/094/2023. Con escrito presentado ante la Oficialía de Partes del Instituto el 19 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 028280 el C. **Nombre de persona física**, por propio derecho y en relación con Pedro Luis Fitzmaurice Meneses devolvió el oficio IFT/221/UPR-DG-DTR/094/2023 de 29 de septiembre de 2023.

Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 43/24/10/2023** de fecha 24 de octubre de 2023, en el mismo se asentó que con fundamento en el artículo 36 primer párrafo de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo este Instituto notificó a Pedro Luis Fitzmaurice Meneses el inicio del presente procedimiento, así como posteriores Acuerdos dictados dentro del mismo, en el último domicilio registrado ante esta autoridad. Igualmente, en el referido Acuerdo 43/24/10/2023, se hizo constar que Pedro Luis Fitzmaurice Meneses presentó diverso escrito de fecha 3 de octubre de 2023, en el cual, entre otros, indicó su

actual domicilio, por lo que se ordenó que las posteriores diligencias se practicaran en el domicilio señalado por el interesado.

Asimismo, con fundamento los artículos 15 y 19 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, en el multicitado Acuerdo se asentó que **Nombre de persona física** no acreditaba el interés en el procedimiento en que se actúa por lo que se determinó que su escrito únicamente se agregara al expediente correspondiente para los efectos legales a que haya lugar.

Octogésimo Octavo.- Solicitud de información a Vinculación. El 20 de octubre del 2022, la Dirección de Seguimiento de Obligaciones de la Dirección General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión, solicitó se realizaran las acciones correspondientes a efectos de consultar con el Sistema de Administración Tributaria, órgano desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, sobre los domicilios fiscales de Televisión de la Frontera, S.A. y Mario Enrique Mayans Concha. Dicha información fue remitida con fecha 23 de octubre de 2023.

Octogésimo Noveno.- Comparecencia del perito en Economía designado por Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., Televisora Peninsular, S.A. de C.V. El 30 de octubre de 2023 el C. **Nombre de persona física**, **Nombre de persona física**, compareció en las oficinas del Instituto a fin de aceptar y protestar su cargo como perito en materia de economía en el expediente en que se actúa, misma que se hace constar mediante Acta de Comparecencia del 30 de octubre de 2023 ante el Subdirector de Seguimiento de Obligaciones, adscrito a la Dirección General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión, de la Unidad de Política Regulatoria.

Dicha comparecencia fue acordada mediante **ACUERDO 45/02/11/2023** de fecha 02 de noviembre de 2023 y notificado el 08 de del mismo mes y año, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/128/2023 de fecha 02 de noviembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, otorgó al perito un término de 10 (diez) días hábiles para emitir el dictamen pericial.

Nonagésimo.- Comparecencia del perito en Economía designado por Televisa, S. de R.L. (Antes Televisa S.A. de C.V.), (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S.A de C.V. (Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.) y Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V. El 30 de octubre de 2023 el C. **Nombre de persona física**, **Nombre de persona física** compareció en las oficinas del Instituto a fin de aceptar y protestar su cargo como perito en materia de economía en el expediente en que se actúa, misma que se hace constar mediante Acta de Comparecencia del 30 de octubre de 2023 ante el Subdirector de Seguimiento de Obligaciones, adscrito a la Dirección

General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión, de la Unidad de Política Regulatoria.

Dicha comparecencia fue acordada mediante **ACUERDO 46/02/11/2023** de fecha 02 de noviembre de 2023 y notificado el 08 de del mismo mes y año, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/129/2023 de fecha 02 de noviembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, otorgó al perito un término de 10 (diez) días hábiles para emitir el dictamen pericial.

Nonagésimo Primero.- Acta de Inspección Judicial. Los funcionarios adscritos al Instituto realizaron visita a las instalaciones de GTV-Televisa, el día 31 de octubre de 2023, levantándose el acta correspondiente para efecto de constar “(i) la operación que se lleva a cabo para distribuir señales radiodifundidas y de televisión restringida en la infraestructura de Televisa (ii) los equipos de telecomunicaciones necesarios para llevar a cabo la distribución de señales de televisión restringida, (iii) capacidad satelital con la que cuenta Televisa e (iv) imposibilidad técnica para ofrecer canales de programación radiodifundidos desde localidades.” (sic)

Nonagésimo Segundo.- Prórroga Televisa, S. de R.L. (Antes Televisa S.A. de C.V.), (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S.A de C.V. (Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.) y Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 31 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 029251, las CC. Sandra Jessica Camacho Esquivel y Deborah Flores Garza en su carácter de representantes legales, la primera, de Televisa, S. de R.L. de C.V. (antes Televisa, S.A. de C.V.) (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S.A. de C.V. (antes Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.), y la segunda, de Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V. solicitaron se le concediera una prórroga respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR-DG-DTR/116/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 47/03/11/2023** de fecha 03 de noviembre de 2023, notificado el 09 del mismo mes y año, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/131/2023 de fecha 03 de noviembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga de 2 (dos) días hábiles.

Nonagésimo Tercero.- Prórroga de Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., Televisora Peninsular, S.A. de C.V. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 31 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 029252, el C. Jorge Rubén Vilchis Hernández, en su carácter de representante legal de Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa,

S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., Televisora Peninsular, S.A. de C.V. solicitó se le concediera una prórroga respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR-DG-DTR/117/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 48/03/11/2023** de fecha 03 de noviembre de 2023, notificado el 09 del mismo mes y año, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/132/2023 de fecha 03 de noviembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga de 2 (dos) días hábiles.

Nonagésimo Cuarto.- Designación de perito de Televisa, S. de R.L. (Antes Televisa, S.A. de C.V.), (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S.A de C.V. (Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.) y Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 02 de noviembre de 2023, al que se le asignó el número de folio 029412, las C.C. Sandra Jessica Camacho Esquivel y Deborah Flores Garza en su carácter de representantes legales, la primera, de Televisa, S. de R.L. de C.V. (antes Televisa, S.A. de C.V.) (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S.A. de C.V. (antes Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.), y la segunda, de Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V. desahogaron la prevención señalada en el Acuerdo 39/18/10/2023 notificada mediante oficio IFT/221/UPR-DG-DTR/116/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 49/03/11/2023** de fecha 03 de noviembre de 2023, notificado el 08 del mismo mes y año, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/134/2023 de fecha 06 de noviembre de 2023.

Nonagésimo Quinto.- Designación de perito de Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., Televisora Peninsular, S.A. de C.V. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 31 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 029252, el C. Jorge Rubén Vilchis Hernández, en su carácter de representante legal de Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., Televisora Peninsular, S.A. de C.V. desahogó la prevención señalada en el Acuerdo 40/18/10/2023 notificada mediante oficio IFT/221/UPR-DG-DTR/117/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 50/03/11/2023** de fecha 03 de noviembre de 2023 notificado el 08 del mismo mes y año, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/135/2023 de fecha 06 de noviembre de 2023.

Nonagésimo Sexto.- Emplazamiento a Media Sports de México, S.A. de C.V. Con motivo de la cesión de derechos y obligaciones de la Concesión que ampara el uso, aprovechamiento y explotación comercial del canal de televisión digital terrestre 27 (548-554 MHz), respecto de la estación con distintivo de llamada XHBJ-TDT en Tijuana, Baja California, otorgada al C. Mario Enrique Mayans Concha, a favor de Media Sports de

México, S.A. de C.V, mediante Resolución P/IFT/290622/388, aprobada por unanimidad en la XIV Sesión Ordinaria del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, celebrada el 29 de junio de 2022, el día 6 de noviembre de 2023, mediante oficio no. IFT/221/UPR/925/2023 suscrito por el Titular de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto notificado el 8 del mismo mes y año dirigido a Media Sports de México, S.A. de C.V., se hizo de su conocimiento el inicio de procedimiento administrativo para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del AEP en la Resolución de AEP del sector de radiodifusión. Por lo anterior, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 32, 36 y 38 de la LFPA, se le concedieron 10 (diez) días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que surtiera efectos la notificación el oficio de mérito, para que manifestara lo que a su derecho conviniera y ofreciera los elementos de prueba que estimara pertinentes respecto al señalamiento de que ha sido objeto, así como de las nuevas medidas que operarán a su cargo.

Nonagésimo Séptimo.- Comparecencia perito en Radiodifusión y Telecomunicaciones de Televisa, S. de R.L. (Antes Televisa S.A. de C.V.), (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S.A de C.V. (Radiotelevisora de México Norte S.A. de C.V.) y Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V. El 09 de noviembre de 2023, el C. Nombre de persona física, compareció en las oficinas del Instituto a aceptar y protestar su cargo como perito en materia de radiodifusión y telecomunicaciones en el expediente en que se actúa, misma que se hace constar mediante Acta de Comparecencia del 09 de noviembre de 2023 ante el Subdirector de Seguimiento de Obligaciones, adscrito a la Dirección General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión, de la Unidad de Política Regulatoria.

Dicho escrito fue acordado mediante **Acuerdo 51/13/11/2023** de fecha 13 de noviembre de 2023 y notificado el 16 de del mismo mes y año, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/143/2023 de fecha 13 de noviembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, otorgó al perito un término de 10 (diez) días hábiles para emitir el dictamen pericial.

Nonagésimo Octavo.- Comparecencia perito en Radiodifusión y Telecomunicaciones de Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., Televisora Peninsular, S.A. de C.V. El 09 de noviembre de 2023, el C. Nombre de persona física compareció en las oficinas del Instituto a aceptar y protestar su cargo como perito en materia de radiodifusión y telecomunicaciones en el expediente en que se actúa, misma que se hace constar mediante Acta de Comparecencia del 09 de noviembre de 2023 ante el Subdirector de Seguimiento de Obligaciones, adscrito a la Dirección General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión, de la Unidad de Política Regulatoria.

Dicho escrito fue acordado mediante **Acuerdo 52/13/11/2023** de fecha 13 de noviembre de 2023 y notificado el 16 de del mismo mes y año, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/144/2023 de fecha 13 de noviembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, otorgó al perito un término de 10 (diez) días hábiles para emitir el dictamen pericial.

Nonagésimo Noveno.- Prórroga de Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., Televisora Peninsular, S.A. de C.V. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 13 de noviembre de 2023, al que se le asignó el número de folio 030268, el C. Jorge Rubén Vilchis Hernández, en su carácter de representante legal de Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., Televisora Peninsular, S.A. de C.V. solicitó se le concediera una prórroga adicional, respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR-DG-DTR/132/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 56/16/11/2023** de fecha 16 de noviembre de 2023 y notificado el 23 del mismo mes y año, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/154/2023 de fecha 16 de noviembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga de 2 (dos) días hábiles.

Centésimo.- Prórroga Televisa, S. de R.L. (Antes Televisa, S.A. de C.V.), (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S.A de C.V. (Radiotelevisora de México Norte S.A. de C.V.) y Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V. Con escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 31 de octubre de 2023, al que se le asignó el número de folio 030270, las CC. Sandra Jessica Camacho Esquivel y Deborah Flores Garza en su carácter de representantes legales, la primera, de Televisa, S. de R.L. de C.V. (antes Televisa, S.A. de C.V.) (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S.A. de C.V. (antes Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.), y la segunda, de Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V. solicitaron se le concediera una prórroga adicional, respecto del plazo establecido en el oficio IFT/221/UPR-DG-DTR/131/2023. Dicho escrito fue acordado mediante **Acuerdo 55/16/11/2023** de fecha 16 de noviembre de 2023 y notificado el 23 del mismo mes y año, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/153/2023 de fecha 16 de noviembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, autorizó prórroga de 2 (dos) días hábiles.

Centésimo Primero.- Se rinde dictamen pericial en economía de Televisa, S. de R.L. (Antes Televisa, S.A. de C.V.), (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S.A de C.V. (Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.) y Canales de

Televisión Populares, S.A. de C.V. Con escrito presentado ante la Oficialía de Partes del Instituto el 13 de noviembre de 2023, al que se le asignó el número de folio 030267 el **C.**

Nombre de persona física perito en materia de economía por Televisa, S. de R.L. (Antes Televisa S.A. de C.V.), (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S.A. de C.V. (Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.) y Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V., rinde el dictamen pericial en economía.

Dicho escrito fue acordado mediante **Acuerdo 53/14/11/2023** de fecha 14 de noviembre de 2023; notificado el 21 del mismo mes y año, mediante oficios identificados con números IFT/221/UPR/DG-DTR/149/2023 y IFT/221/UPR/DG-DTR/150/2023 de fecha 15 de noviembre de 2023.

Centésimo Segundo.- Se rinde dictamen pericial en economía Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., Televisora Peninsular, S.A. de C.V. Con escrito presentado ante la Oficialía de Partes del Instituto el 13 de noviembre de 2023, al que se le asignó el número de folio 030269 el **C.**

Nombre de persona física perito en materia de economía por Grupo Televisa S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., Televisora Peninsular, S.A. de C.V., rinde el dictamen pericial en economía.

Dicho escrito fue acordado mediante **Acuerdo 54/14/11/2023** de fecha 14 de noviembre de 2023; notificado el 21 del mismo mes y año, mediante oficios identificados con números IFT/221/UPR/DG-DTR/151/2023 y IFT/221/UPR/DG-DTR/152/2023 de fecha 15 de noviembre de 2023.

Centésimo Tercero.- Preclusión de término. De la revisión al plazo de 10 días hábiles que le fue conferido a la concesionaria **Media Sports de México, S.A. de C.V.**, para que manifestara lo que a su derecho conviniera con relación al contenido del **oficio IFT/221/UPR/925/2023** de fecha 06 de noviembre de 2023, se advirtió que el mismo inicio el día jueves 09 de noviembre de 2023, y feneció el día jueves 23 del mismo mes y año, por lo que de conformidad con lo establecido en el artículo 288 del CFPC de aplicación supletoria a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión en términos de su artículo 6, fracción VII, se tuvo por precluido el derecho de **Media Sports de México, S.A. de C.V.**, para que realizara manifestaciones y ofreciera elementos de prueba en relación al presente procedimiento.

Lo anterior fue asentado en el **Acuerdo 57/24/11/2023** de fecha 24 de noviembre de 2023 y notificado el 07 de diciembre de 2023, a través del oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/161/2023 de fecha 27 de noviembre de 2023.

Centésimo Cuarto.- Resolución para dejar de pertenecer al AEPR. Mediante acuerdo P/IFT/221123/622, el Pleno del Instituto aprobó la resolución mediante la cual se determinó

que Roberto Casimiro González Treviño no forma parte del grupo de interés económico declarado como agente económico preponderante y que no tiene que cumplir con las obligaciones establecidas en la normatividad asimétrica, aplicable para la estación de televisión radiodifundida con distintivo de llamada XHRCG-TDT y canal virtual 8.1, 8.2 y 8.3.

Centésimo Quinto.- Comparecencia del perito en materia de Publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines de Televisa, S. de R.L. de C.V., (antes Televisa, S.A de C.V.) (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), y Servicios RTMN, S.A. de C.V. (antes Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.), y Canales de Televisión Populares S.A. de C.V. El 24 de noviembre de 2023, el C. **Nombre de persona física**, compareció en las oficinas del Instituto a fin de aceptar y protestar su cargo como perito en materia de Publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines en el expediente en que se actúa, misma que se hace constar mediante Acta de Comparecencia del 24 de noviembre de 2023, ante el Subdirector de Seguimiento de Obligaciones, adscrito a la Dirección General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión, de la Unidad de Política Regulatoria.

Dicha comparecencia fue acordada mediante **Acuerdo 58/27/11/2023** de fecha 27 de noviembre de 2023 y notificado el 06 de diciembre del mismo año, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/166/2023 de fecha 27 de noviembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, otorgó al perito un término de 10 (diez) días hábiles para emitir el dictamen pericial en materia de publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines.

Centésimo Sexto.- Comparecencia del perito en materia de Publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines de Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., y Televisa Peninsular, S.A. de C.V. El 24 de noviembre de 2023, el C. **Nombre de persona física**, compareció en las oficinas del Instituto a fin de aceptar y protestar su cargo como perito en materia de Publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines en el expediente en que se actúa, misma que se hace constar mediante Acta de Comparecencia del 24 de noviembre de 2023, ante el Subdirector de Seguimiento de Obligaciones, adscrito a la Dirección General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión, de la Unidad de Política Regulatoria.

Dicha comparecencia fue acordada mediante **Acuerdo 59/27/11/2023** de fecha 27 de noviembre de 2023 y notificado el 06 de diciembre del mismo año, mediante oficio identificado con el número IFT/221/UPR/DG-DTR/167/2023 de fecha 27 de noviembre de 2023.

Al respecto, el Instituto, mediante el acuerdo, otorgó al perito un término de 10 (diez) días hábiles para emitir el dictamen pericial en materia de publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines.

Centésimo Séptimo.- Se rinde dictamen pericial en Radiodifusión y Telecomunicaciones, por Televisa, S. de R.L. (Antes Televisa S.A. de C.V.), (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S.A de C.V. (Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.) y Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V. Con escrito presentado ante la oficialía de partes del Instituto, el 24 de noviembre de 2023 al que se le asignó el número de folio 031034, el C. [Nombre de persona física], perito en materia de Radiodifusión y Telecomunicaciones, designado por Televisa, S. de R.L. de C.V., (antes Televisa, S.A de C.V.) (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), y Servicios RTMN, S.A. de C.V. (antes Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.), y Canales de Televisión Populares S.A. de C.V, rindió su dictamen pericial en materia de Radiodifusión y Telecomunicaciones.

Dicho escrito fue acordado mediante **Acuerdo 60/27/11/2023** de fecha 27 de noviembre de 2023; notificado el 06 de diciembre del mismo año, mediante oficios identificados con los números IFT/221/UPR/DG-DTR/162/2023 y IFT/221/UPR/DG-DTR/164/2023 de fecha 27 de noviembre de 2023.

Centésimo Octavo.- Se rinde dictamen pericial en Radiodifusión y Telecomunicaciones, por Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., y Televisa Peninsular, S.A. de C.V. Con escrito presentado ante la oficialía de partes del Instituto, el 24 de noviembre de 2023, al que se le asignó el número de folio 031035, el C. [Nombre de persona física], perito en materia de Radiodifusión y Telecomunicaciones, designado por Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., y Televisa Peninsular, S.A. de C.V., rindió su dictamen pericial en materia de Radiodifusión y Telecomunicaciones.

Dicho escrito fue acordado mediante Acuerdo 61/27/11/2023 de 27 de noviembre de 2023; notificado el 06 de diciembre del mismo año, mediante oficios identificados con los números IFT/221/UPR/DG-DTR/163/2023 y IFT/221/UPR/DG-DTR/165/2023 de fecha 27 de noviembre de 2023.

Centésimo Noveno.- Se rinde dictamen pericial en materia de Publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines, por Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., y Televisa

Peninsular, S.A. de C.V. Con escrito presentado el 08 de diciembre de 2023, mediante el correo electrónico de la Oficialía de Partes del Instituto, y físicamente el día 11 de diciembre de 2023 ante dicha oficialía, al que se le asignó el número de folio 032127, el C. **Nombre de persona física** perito en materia de Publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines, designado por **Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., y Televisa Peninsular, S.A. de C.V.**, rindió su dictamen pericial en materia de publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines.

Dicho escrito fue acordado mediante **Acuerdo 62/12/12/2023** de fecha 12 de diciembre de 2023; notificado el 15 de diciembre del mismo año, mediante oficios identificados con los números IFT/221/UPR/DG-DTR/186/2023 y IFT/221/UPR/DG-DTR/184/2023 de fecha 12 de diciembre de 2023.

Centésimo Décimo.- Se rinde dictamen pericial en materia de Publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines, por Televisa, S. de R.L. (Antes Televisa S.A. de C.V.), (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S.A de C.V. (Radiotelevisora de México Norte S.A. de C.V.) y Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V. Con escrito presentado el 08 de diciembre de 2023, mediante correo electrónico de la Oficialía de Partes del Instituto, y físicamente el día 11 de diciembre de 2023 ante dicha oficialía, al que se le asignó el número de folio 032126, el C. **Nombre de persona física**, perito en materia de Publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines, designado por **Televisa, S. de R.L. (Antes Televisa, S.A. de C.V.), (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S.A de C.V. (Radiotelevisora de México Norte S.A. de C.V.) y Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V.**, rindió su dictamen pericial en materia de publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines.

Dicho escrito fue acordado mediante **Acuerdo 63/12/12/2023** de fecha 12 de diciembre de 2023; notificado el 15 de diciembre del mismo mes y año, mediante oficios identificados con los números IFT/221/UPR/DG-DTR/187/2023 y IFT/221/UPR/DG-DTR/185/2023 de fecha 27 de noviembre de 2023.

Centésimo Décimo Primero.- Cierre del periodo probatorio y apertura de etapa de alegatos. Mediante **ACUERDO 64/13/12/2023**, de 13 de diciembre de 2023, suscrito por el Director General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión y con fundamento en el artículo 56 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo de aplicación supletoria a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión en términos de su artículo 6, fracción IV, se hizo del conocimiento a los integrantes del AEPR que el periodo para ofrecer pruebas había fenecido, y que no habiendo otra prueba pendiente por desahogar, se declara la conclusión de la tramitación del procedimiento administrativo. En

virtud de lo anterior, se concedió el término de 5 (cinco) días hábiles para que en su caso formularan alegatos.

Centésimo Décimo Segundo.- Notificación del Acuerdo 64/13/12/2023 a los integrantes del AEPR. Mediante los siguientes oficios de fecha 13 de diciembre de 2023, emitidos por Director General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión se notificó los días 18 y 19 de diciembre de 2023, a los integrantes del AEPR, el **Acuerdo 64/13/12/2023**:

1. El 19 de diciembre de 2023, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/189/2023, se notificó a Televisa S. de R.L. (Antes Televisa, S.A. de C.V.), (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S.A. de C.V. (Radiotelevisora de México Norte S.A. de C.V.) y Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V. el contenido del acuerdo 64/13/12/2023.
2. El 19 de diciembre de 2023, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/190/2023, se notificó a Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., y Televisa Peninsular, S.A. de C.V., el contenido del acuerdo 64/13/12/2023.
3. El 19 de diciembre de 2023, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/191/2023, se notificó a Mario Enrique Mayans Concha el contenido del acuerdo 64/13/12/2023.
4. El 19 de diciembre de 2023, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/192/2023, se notificó a Televisión de la Frontera, S.A., el contenido del acuerdo 64/13/12/2023.
5. El 18 de diciembre de 2023, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/193/2023, se notificó a Media Sports de México, S.A. de C.V., el contenido del acuerdo 64/13/12/2023.
6. El 19 de diciembre de 2023, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/194/2023, se notificó a Pedro Luis Fitzmaurice Meneses el contenido del acuerdo 64/13/12/2023.
7. El 19 de diciembre de 2023, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/195/2023, se notificó a Televisión de Michoacán, S.A. de C.V., el contenido del acuerdo 64/13/12/2023.
8. El 19 de diciembre de 2023, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/196/2023, se notificó a José Humberto y Loucille Martínez Morales, el contenido del acuerdo 64/13/12/2023.

9. El 19 de diciembre de 2023, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/197/2023, se notificó a Hilda Graciela Rivera Flores el contenido del acuerdo 64/13/12/2023.
10. El 19 de diciembre de 2023, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/198/2023, se notificó a T.V. Ocho, S.A. de C.V., el contenido del acuerdo 64/13/12/2023.
11. El 19 de diciembre de 2023, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/199/2023, se notificó mediante Instructivo a Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V., el contenido del acuerdo 64/13/12/2023.
12. El 19 de diciembre de 2023, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/200/2023, se notificó mediante instructivo a Televisión La Paz, S.A., el contenido del acuerdo 64/13/12/2023.
13. El 19 de diciembre de 2023, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/201/2023, se notificó mediante instructivo a Televisión Potosina, S.A., el contenido del acuerdo 64/13/12/2023.

Centésimo Décimo Tercero.- Alegatos Hilda Graciela Rivera Flores. Mediante escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 08 de enero de 2024, al que se le asignó el número de folio 000186, el C. [Nombre de persona física], en representación de Hilda Graciela Rivera Flores formuló los alegatos correspondientes.

Centésimo Décimo Cuarto.- Alegatos TV Ocho, S.A. de C.V. Mediante escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 10 de enero de 2024, al que se le asignó el número de folio 000597 y en atención al contenido del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/198/2023, el C. Juan Gabriel Castillo Vidales, en representación de TV Ocho, S.A. de C.V. formuló los alegatos correspondientes.

Centésimo Décimo Quinto.- Alegatos José Humberto y Loucille Martínez Morales y Televisión de Michoacán, S.A. de C.V., Mediante escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 10 de enero de 2024, al que se le asignó el número de folio 000622 y en atención al contenido del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/195/2023, la C. [Nombre de persona física], en representación de José Humberto y Loucille Martínez Morales y Televisión de Michoacán, S.A. de C.V. formuló los alegatos correspondientes.

Centésimo Décimo Sexto.- Alegatos Televisión de la Frontera, S.A. Mediante escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 11 de enero de 2024, al que se le asignó el número de folio 000704, el C. [Nombre de persona física], supuesto representante legal de Televisión de la Frontera, S.A., formuló los alegatos correspondientes.

Centésimo Décimo Séptimo.- Alegatos Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V. y Televisora Peninsular, S.A. de C.V. Mediante escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 11 de enero de 2024, al que se le asignó el número de folio 000726 y en atención al contenido del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/190/2013, el C. Jorge Rubén Vilchis Hernández, en representación de Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V. y Televisora Peninsular, S.A. de C.V., formuló los alegatos correspondientes.

Centésimo Décimo Octavo.- Alegatos Televisa, S. de R. L. de C.V. (antes Televisa, S.A. de C.V.) (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S. A. de C.V. (antes Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.), Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V. Mediante escrito presentado en la Oficialía de Partes del Instituto el 11 de enero de 2024, al que se le asignó el número de folio 000727 y en atención al contenido del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/189/2013, la C. Sandra Jessica Camacho Esquivel, en representación de Televisa, S. de R. L. de C.V. (antes Televisa, S.A. de C.V.) (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), y Servicios RTMN, S. A. de C.V. (antes Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.), y la C. Deborah Flores Garza, en representación de Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V. formularon los alegatos correspondientes.

Centésimo Décimo Noveno.- Cierre de Instrucción. Mediante **Acuerdo 65/15/01/2024** de fecha 15 de enero de 2024, suscrito por el Director General de Telecomunicaciones y Radiodifusión de la Unidad de Política Regulatoria, se hizo del conocimiento de los integrantes del Agente Económico Preponderante en Radiodifusión, que visto el estado procesal que guardaba el expediente en que se actúa, y que mediante Acuerdo 64/13/12/2023 se pusieron a disposición de los interesados todas las actuaciones para formular los correspondientes alegatos, concediéndoles un plazo de 5 (cinco) días hábiles.

Asimismo se asentó en el Acuerdo 65/15/01/2024, que dentro del plazo legal concedido para tal efecto, Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., Televisora Peninsular, S.A. de C.V., Televisa, S. de R.L. de C.V. (antes Televisa S.A. de C.V.) (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S.A. de C.V. (antes Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.), Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V., Mario Enrique Mayans Concha, Hilda Graciela Rivera Flores, TV Ocho, S.A. de C.V., Televisión de Michoacán, S.A. de C.V. y José Humberto y Loucille, Martínez Morales, presentaron sus correspondientes alegatos.

Igualmente se asentó en el Acuerdo 65/15/01/2024 que, no se cuenta con evidencia documental de que Televisión de la Frontera, S.A., Televisión La Paz, S.A., Pedro Luis Fitzmaurice Meneses, Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V., Televisora Potosina S.A. de C.V. y Media Sports de México S.A. de C.V. hayan presentado el escrito correspondiente o hayan realizado alegato alguno al respecto dentro del plazo otorgado para tal efecto, por lo que se tiene por precluido su derecho.

En virtud de lo anterior y en términos de lo establecido en el artículo 56 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, de aplicación supletoria a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, de conformidad con la fracción IV y último párrafo del artículo 6, se determinó en el Acuerdo 65/15/01/2024, que el presente procedimiento guarda estado para que el Pleno del Instituto emita la resolución sobre todas las cuestiones planteadas por las partes, de conformidad con lo establecido en el artículo 59 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo aplicada, como ya se señaló, supletoriamente.

Centésimo Vigésimo.- Notificación del Acuerdo 65/15/01/2024 a los integrantes del Agente Económico Preponderante en Radiodifusión. Mediante los siguientes oficios de fecha 15 de enero 2024, emitidos por el Director General de Telecomunicaciones y Radiodifusión se notificó a los integrantes del AEPR, el 18 y 19 de enero de 2024, el Acuerdo 65/15/01/2024:

1. El 19 de enero de 2024, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/012/2024, se notificó a Televisa, S. de R.L. (Antes Televisa, S.A. de C.V.), (como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.), Servicios RTMN, S.A de C.V. (Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.) y Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V. el contenido del acuerdo 65/15/01/2024.
2. El 19 de enero de 2024, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/013/2024, se notificó a Grupo Televisa, S.A.B., Radio Televisión, S.A. de C.V., Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., y Televisa Peninsular, S.A. de C.V. el contenido del acuerdo 65/15/01/2024.
3. El 18 de enero de 2024, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/014/2024, se notificó a Mario Enrique Mayans Concha el contenido del acuerdo 65/15/01/2024.
4. El 19 de enero de 2024, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/015/2024, se notificó a Televisión de la Frontera, S.A., el contenido del acuerdo 65/15/01/2024.
5. El 18 de enero de 2024, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/016/2024, se notificó a Media Sports de México, S.A. de C.V., el contenido del acuerdo 65/15/01/2024.

6. El 19 de enero de 2024, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/017/2024, se notificó a Pedro Luis Fitzmaurice Meneses el contenido del acuerdo 65/15/01/2024.
7. El 18 de enero de 2024, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/018/2024, se notificó a Televisión de Michoacán, S.A. de C.V., el contenido del acuerdo 65/15/01/2024.
8. El 18 de enero de 2024, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/019/2024, se notificó a José Humberto y Loucille Martínez Morales, el contenido del acuerdo 65/15/01/2024.
9. El 19 de diciembre de 2024, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/020/2024, se notificó a Hilda Graciela Rivera Flores el contenido del acuerdo 65/15/01/2024.
10. El 18 de enero de 2024, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/021/2024, se notificó a T.V. Ocho, S.A. de C.V., el contenido del acuerdo 65/15/01/2024.
11. El 19 de enero de 2024, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/022/2024, se notificó mediante Instructivo a Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V., el contenido del acuerdo 65/15/01/2024.
12. El 19 de enero de 2024, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/023/2024, se notificó mediante instructivo a Televisión La Paz, S.A., el contenido del acuerdo 65/15/01/2024.
13. El 19 de enero de 2024, a través del oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/024/2023, se notificó mediante instructivo a Televisión Potosina, S.A., el contenido del acuerdo 65/15/01/2024.

Centésimo Vigésimo Primero.- Manifestaciones Televisión de la Frontera, S.A. Con escrito presentado ante la Oficialía de Partes del Instituto el 11 de enero de 2024, al que se le asignó el número de folio 000704, el C. Nombre de persona física, en su carácter de supuesto representante legal de Televisión de la Frontera, S.A., realizó diversas manifestaciones respecto del procedimiento en que se actúa.

Dicho escrito fue acordado mediante **ACUERDO 66/15/01/2024** de fecha 15 de enero de 2024, en el mismo se asentó que con fundamento en los artículos 15 y 19 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, el promovente no acreditaba el interés en el procedimiento en que se actúa por lo que se determinó que su escrito únicamente se agregara al expediente correspondiente para los efectos legales a que haya lugar.

Centésimo Vigésimo Segundo.- Terminación del Procedimiento para José de Jesús Partida Villanueva. Mediante el Acuerdo 67/15/01/2024 de 15 de enero de 2024, a través del cual se estudió la permanencia del C. José de Jesús Partida Villanueva en el procedimiento de mérito, y analizada que fue la información con la cual se allegó el Instituto, se determinó que lo procedente era **declarar la terminación del procedimiento** para la

modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del Agente Económico Preponderante en el sector de Radiodifusión, **únicamente por lo que hace al finado José de Jesús Partida Villanueva**, con motivo del acaecimiento de su fallecimiento, hecho que fue corroborado con el atestado del acta de defunción a nombre del C. José de Jesús Partida Villanueva, con datos registrales:

Por constituir hechos y actos de carácter económico, contable, jurídico o administrativo

Centésimo Vigésimo Tercero.- Terminación del Procedimiento para Roberto Casimiro González Treviño. Mediante el Acuerdo 68/15/01/2024 de 15 de enero de 2024, se asentó que con motivo de la aprobación de la “Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones emite pronunciamiento respecto de la solicitud presentada por Roberto Casimiro González Treviño, con distintivo de llamada XHRCG-TDT y canal virtual 8.1, 8.2 y 8.3, para dejar de ser considerado como parte del grupo de interés económico declarado como agente económico preponderante en el sector de radiodifusión y le dejen de aplicar las medidas de regulación asimétrica”, por parte del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones en su XXX Sesión Ordinaria celebrada el 22 de noviembre de 2023, resultaba evidente que el C. Roberto Casimiro González Treviño, al haber dejado de pertenecer al Grupo de Interés Económico declarado como Agente Económico Preponderante en el Sector de la Radiodifusión, ya no se encuentra obligado a cumplir con las medidas de regulación asimétrica, y por lo tanto se declaró la terminación del procedimiento para la modificación, supresión o adición de las medidas impuestas a quienes fueron declarados integrantes del Agente Económico Preponderante en el sector de Radiodifusión, únicamente por lo que hace a Roberto Casimiro González Treviño.

Centésimo Vigésimo Cuarto.- Solicitud de opinión de UCE.- Mediante oficio IFT/221/UPR/128/2024 de fecha 28 de febrero de 2024, la DGDTR solicitó a la DGCE opinión sobre el proyecto de resolución que determina modificar y adicionar medidas impuestas al AEPR en el sector de radiodifusión conforme al resultado de la evaluación bienal en términos de competencia, así como del dictamen a que hace referencia el último párrafo del artículo 266 de la LFTR. Dicha opinión fue emitida por la DGCE mediante oficio IFT/226/UCE/DG-COEC/009/2024 de fecha 21 de marzo de 2024.

Considerando

Primero.- Competencia del Instituto. De conformidad con el artículo 28, párrafo décimo quinto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (en lo sucesivo, la “**Constitución**”) el Instituto es un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, conforme a lo dispuesto en la propia Constitución y en los términos que fijen las leyes.

Para 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, así como del acceso a infraestructura

activa, pasiva y otros insumos esenciales, garantizando lo establecido en los artículos 6o. y 7o. de la Constitución.

En términos de lo dispuesto por el párrafo décimo sexto del artículo 28 de la Constitución, el Instituto es también la autoridad en materia de competencia económica de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, por lo que en éstos ejercerá en forma exclusiva las facultades que prevé dicho artículo y las que las leyes establecen para la Comisión Federal de Competencia Económica, y regulará de forma asimétrica a los participantes en estos sectores con el objeto de eliminar eficazmente las barreras a la competencia y la libre concurrencia.

Por otra parte, en cumplimiento con lo establecido en el artículo Octavo Transitorio, fracción III del Decreto Constitucional, mediante la Resolución de Preponderancia, el Instituto determinó la existencia del AEPR, e impuso las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia y, con ello, a los usuarios finales. Dichas medidas están relacionadas con compartición de infraestructura, contenidos, publicidad, información, relación entre agentes preponderantes e interpretación y resolución de disputas.

En ese tenor, el Instituto, en aras de garantizar el cumplimiento de lo dispuesto tanto por la Constitución como por la LFTR, mediante la medida Trigésima del Anexo I de la Resolución de Preponderancia, se encuentra obligado a realizar una evaluación del impacto de las medidas en términos de competencia cada dos años para efectos de suprimirlas, modificarlas o en su caso, establecer nuevas medidas. Al efecto, la medida Trigésima señala lo siguiente:

“TRIGÉSIMA.- El Instituto realizará una evaluación del impacto de las Medidas en términos de competencia cada dos años, a efecto de, en su caso, suprimir o modificar las presentes medidas, o en su caso, establecer nuevas medidas, incluyendo una o más de las siguientes: la separación estructural, funcional, o la desincorporación de activos del Agente Económico Preponderante, para lo cual, deberá motivar que su determinación resulta proporcional y conducente con los fines que originalmente buscaba cada Medida.”

En ese sentido, la presente resolución da cumplimiento a lo ordenado en dicha medida con el ejercicio que se realiza en esta fase de análisis, fundamentación y motivación de las decisiones a adoptar sobre las medidas referidas.

Así, el Instituto, una vez realizada la evaluación en materia de competencia de las medidas, está facultado para modificar, suprimir o adicionar medidas, pudiendo incluir una o más de las siguientes: la separación estructural, funcional, o la desincorporación de activos del AEPR. Lo anterior en aras de cumplir con lo dispuesto por el artículo 28 constitucional, es decir, regular y promover la competencia y el desarrollo eficiente de las telecomunicaciones

y la radiodifusión, así como establecer las condiciones de competencia efectiva que considere necesarias en la prestación de dichos servicios.

El artículo Trigésimo Quinto Transitorio del Decreto de Ley dispone que las resoluciones administrativas que el Instituto hubiere emitido previamente a la entrada en vigor del mismo en materia de preponderancia continuarán surtiendo todos sus efectos.

Por lo anterior, en términos de los artículos 7, 15, fracción XVIII, 17 fracción I, 265 último párrafo y 266, de la LFTR, la Resolución de Preponderancia y la Resolución Bienal 2017, el Pleno del Instituto es competente para resolver el presente asunto.

Segundo.- Dictamen sobre las medidas específicas adicionales impuestas al Agente Económico Preponderante en el sector de radiodifusión.

Marco Jurídico. En cumplimiento a lo dispuesto por el último párrafo del artículo 266 de la LFTR, y en atención a lo dispuesto por el artículo 6, fracción XXVII del Estatuto, el Pleno del Instituto emite el dictamen correspondiente a que hace referencia el citado artículo 266 de la LFTR que señala:

"Artículo 266.- (...)

(...)

El Pleno del Instituto deberá emitir un dictamen en el que se establezca como mínimo:

- a) La posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir, y*
- b) La razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación."*

En este sentido, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 24, fracción XIII del Estatuto, el dictamen ha sido elaborado y propuesto al Pleno por la Dirección General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión (en lo sucesivo "DGDTR"), previa opinión de la UCE. Por lo que el Pleno del Instituto emite el dictamen como parte integral de la presente resolución.

Objeto. De conformidad con lo dispuesto por el último párrafo del artículo 266, de la LFTR, el Instituto está facultado para establecer medidas específicas adicionales que considere necesarias para prevenir posibles afectaciones a la competencia. De esta forma, en el presente documento se señalan las modificaciones, adiciones y supresiones de diversas medidas referentes a los grupos de medidas establecidos en la Resolución de Preponderancia, los cuales están divididos en 4 temas: 1) Compartición de infraestructura, 2) Contenidos, 3) Publicidad y 4) Temas transversales.

De igual forma, con fundamento en lo dispuesto por el último párrafo del artículo 266 de la LFTR, a continuación, se realiza el análisis de:

- a) la posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir; y
- b) la razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación.

a) Posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir.

Medida Primera

Derivado del Amparo a favor de GTV-Televisa por la SCJN, quedaron sin efecto las medidas impuestas en la Resolución Bial 2017 para GTV-Televisa, pero se conservaron como marco regulatorio para la Afiliadas Independientes. Por su parte, el Análisis en Materia de Competencia identificó que existe una asimetría en la carga regulatoria entre las Medidas vigentes para GTV-Televisa y las Medidas vigentes para las Afiliadas Independientes, puesto que mientras a GTV-Televisa solo se le obliga a ofrecer el servicio de compartición de Infraestructura Pasiva (Servicio de Coubicación, para las Afiliadas Independientes), mientras que las Afiliadas Independientes deben ofrecer, además, el Servicio de Emisión de Señal como servicio complementario a la compartición de Infraestructura Pasiva.

Compartición de infraestructura

Como se señaló en la Resolución de Preponderancia, la infraestructura pasiva puede considerarse como un recurso no fácilmente replicable para la provisión del servicio de televisión radiodifundida a nivel nacional y resulta ineficiente desde el punto de vista económico y social que los competidores tengan que duplicar o triplicar la infraestructura pasiva existente²⁴, lo cual representa una barrera de entrada para nuevos competidores.

Considerando que la infraestructura pasiva constituye un elemento fundamental de la cadena de valor para la prestación del servicio de televisión radiodifundida, los concesionarios deben realizar inversiones significativas para la adquisición de los elementos necesarios que les permitan desplegar una red de televisión²⁵, así como llevar a cabo los trámites y procedimientos frente a distintas autoridades o terceros, que les permitan desplegar infraestructura pasiva y activa, con la finalidad de transmitir sus señales en la cobertura que amparan sus respectivos títulos de concesión.

Al respecto, a través de la Resolución de Preponderancia, se obligó al AEPR a realizar una oferta de referencia a los concesionarios de radiodifusión, que les permitiera el acceso y uso de su infraestructura pasiva, además se señaló que el despliegue de infraestructura pasiva se enfrenta a diversos obstáculos legales y reglamentarios para obtener las autorizaciones necesarias para su instalación. La obtención de los permisos respectivos, tales como los derechos de vía, implican incertidumbre en cuanto al tiempo y a las condiciones en las que se realizará el despliegue de dicha infraestructura y, por lo tanto,

²⁴ Resolución de Preponderancia, página 616.

²⁵ Resolución de Preponderancia, página 615.

afectan la capacidad de los nuevos competidores para tender su propia infraestructura pasiva²⁶.

Con el fin de hacer un uso más eficiente de la infraestructura disponible, evitar que el AEPR niegue u obstaculice el acceso y aprovechamiento eficiente de la infraestructura que excede lo requerido para su operación normal, evitar la ineficiencia económica que implica duplicar o triplicar la infraestructura para la transmisión de señales de televisión abierta, reducir el tiempo de despliegue de las cadenas de televisión y asegurar que el AEPR ofrezca los elementos de la infraestructura de forma desagregada, fue que se implementaron las medidas de compartición de infraestructura en la Resolución de Preponderancia.

Ahora bien, en la Resolución Bienal 2017, se consideró que los concesionarios regionales que incrementaron su cobertura no contrataron Infraestructura Pasiva del AEPR. En consecuencia, las Medidas tuvieron un impacto bajo respecto a los propósitos perseguido, además Medidas no contribuyeron significativamente a reducir las barreras a la entrada relacionadas con el despliegue de Infraestructura Pasiva y que el operador de la nueva cadena nacional del Servicio de Televisión Radiodifundida (en los sucesivo, “STR”), Nombre de persona moral, y otros concesionarios de nuevo ingreso a los mercados, no había suscrito contratos en términos de la Oferta Pública de Referencia (en adelante “OPI”), por lo que se estableció que los integrantes del AEPR debían prestar el Servicio de Emisión de Señal como servicio complementario a la compartición de Infraestructura Pasiva (ahora llamada Servicio de Coubicación), con la finalidad de ofrecer una alternativa a los concesionarios solicitantes para acceder a la Infraestructura Pasiva del AEPR, además de establecer que las tarifas de los servicios regulados formen parte de la OPI y permitir el acceso a infraestructura del AEPR a concesionarios que prestan el STR con fines distintos al comercial. Sin embargo, debido al Amparo a favor de GTV-Televisa por la SCJN, las medidas impuestas en la Resolución Bienal 2017 quedaron sin efecto para GTV-Televisa. No obstante, las medidas impuestas en la Resolución Bienal 2017 se conservaron como marco regulatorio para la Afiladas Independientes.

Después de analizar el impacto de las Medidas referentes a la prestación de servicios de infraestructura en términos de competencia económica, la UCE determinó que el impacto ha sido bajo en relación con los objetivos que se plantearon en la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión, lo cual no se trata de una presunción teórica, tal como lo señala GTV-Televisa, si no que se encuentra debidamente sustentado al comprobar que no se ha firmado ningún acuerdo para la provisión de estos servicios con base en la OPI para el STR. Además, no se identifica que los mecanismos actuales que establecen las Medidas para que el AEPR ponga su infraestructura a disposición de terceros hayan tenido como efecto: i) que otros concesionarios aprovechen la infraestructura del AEPR, ii) reducir el tiempo de despliegue de la cadena nacional concesionada a Nombre de persona moral, ya que dicha

²⁶ Resolución de Preponderancia páginas 357 y 358.

cadena no ha hecho uso de la infraestructura del AEPR y, a diciembre de 2021, no se encontraba desplegada en su totalidad, y iii) aumentar la cobertura de los competidores del AEPR, en particular, facilitar la expansión de los participantes regionales.

Lo anterior implica que las medidas actuales no han sido suficientes para cumplir los objetivos planteados en la Resolución de Preponderancia, pues tampoco han resultado atractivas para que los concesionarios interesados elijan la infraestructura del AEPR, ya que, es del conocimiento del Instituto que sí han existido firmas de contratos entre los concesionarios interesados para ocupar infraestructura, pero dichos contratos no han sido con el AEPR y también es de conocimiento del Instituto que han existido acercamientos para la contratación del servicio de compartición de infraestructura del AEPR, los cuales no se concretaron.

A continuación, se muestran los siguientes resultados de requerimientos de información realizados en 2018 a catorce concesionarios del STR que resultaron ganadores en las licitaciones IFT-1²⁷ e IFT-6²⁸, a quienes les solicitó, entre otras cosas, que informaran si “han tenido comunicación y/o acercamiento con algún integrante del AEPR” con la finalidad de solicitar información relacionada a la infraestructura de los integrantes del AEPR, así como por el Análisis en Materia de Competencia:

- Ocho de los catorce concesionarios respondieron que no tuvieron comunicación o acercamiento con algún integrante del AEPR para los fines referidos.
- [Redacted]
[Redacted]
[Redacted]
Información derivada de los procesos de toma de decisiones de inversión del titular [Redacted]
[Redacted] [Redacted] [Redacted] [Redacted] [Redacted] [Redacted]
[Redacted] [Énfasis añadido]
- [Redacted] Nombre de persona moral [Redacted] señaló que [Redacted]
[Redacted]
Información derivada de los procesos de toma de decisiones de inversión del titular [Redacted]
[Redacted]
- El 4 de julio de 2018, [Redacted] Nombre de persona moral [Redacted] señaló, entre otras circunstancias, [Redacted]
[Redacted] [Redacted] [Redacted] [Redacted] [Redacted] [Redacted] [Redacted]
Información derivada de los procesos de toma de decisiones de inversión del titular [Redacted]
[Redacted]
[Redacted]

²⁷ Licitación Pública para concesionar el uso, aprovechamiento y explotación comercial de canales de transmisión para la prestación del STR digital, a efecto de formar dos cadenas nacionales de los Estados Unidos Mexicanos, cuya Convocatoria fue aprobada por el Pleno del Instituto el 6 de marzo de 2014.

²⁸ Licitación Pública para concesionar el uso, aprovechamiento y explotación comercial de 148 canales de transmisión para la prestación del STR digital, cuya Convocatoria fue aprobada por el Pleno del Instituto el 18 de noviembre de 2016.

proyecto técnico-económico, ya que implicaría en algunos casos la instalación de equipos complementarios.

De igual modo, el Análisis en Materia de Competencia, señaló que de acuerdo con datos del RPC, se identificó que entre el Primer Trimestre (en lo sucesivo 1T) de 2017 y Cuarto Trimestre (en lo sucesivo 4T) de 2021 se celebraron veintinueve convenios de compartición de infraestructura para la prestación del STR entre concesionarios distintos al AEPR, de los cuales veintisiete de ellos para localidades en las que el AEPR ofrece servicios de acuerdo con la OPI. Además, se observa que [Nombre de persona moral] fue el solicitante que suscribió la mayor cantidad de convenios de compartición de infraestructura, principalmente con concesionarios del STR público en dicho periodo, como se muestra en la siguiente tabla²⁹.

Tabla 1. Convenios de compartición de infraestructura para el STR, 2017-2021

Solicitante	Prestador	Convenios
Cadena Tres	Gobierno del Estado de Nayarit	1
	Instituto Politécnico Nacional	12
	José Luis Martínez Sánchez	1
	Multimedios	2
	Total	16
Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos	Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.	1
	Total	1
Gobierno del Estado de Campeche	SPR	1
	Total	1
Gobierno del Estado de Michoacán	SPR	1
	Total	1
Intermedia de Chihuahua, S.A. de C.V.	Instituto Politécnico Nacional	2
	Total	2
Televisión Digital, S.A. de C.V. (Multimedios)	Instituto Politécnico Nacional	1
	Universidad de Guadalajara	1
	Total	2
Telsusa	SPR	4
	Multimedios	1
	Total	5
Universidad Autónoma de Querétaro	SPR	1
	Total	1
Total		29

Fuente: Análisis en Materia de Competencia.

Como se mencionó anteriormente, [Información derivada de los procesos de toma de decisiones de inversión del titular] sin embargo, el Concesionario reveló que [Información derivada de los procesos de toma de decisiones de inversión del titular] Por lo tanto, el Análisis en materia de Competencia

²⁹ Además, durante el mismo periodo se celebraron 5 (cinco) convenios de compartición de infraestructura para la prestación del Servicio de Radiodifusión Sonora.

considera que la infraestructura pasiva del AEPR podría contribuir al despliegue de las estaciones de **Información derivada de los procesos de toma de decisiones de inversión del titular**

Además, del Análisis en Materia de Competencia también se desprende que, pese a las Medidas vigentes, el AEPR aún mantiene un mayor poder de negociación frente a terceros, pues aún persisten las asimetrías en participaciones de mercado en términos de audiencia y en cobertura entre el AEPR y otros concesionarios del STR.

En ese sentido, el Análisis en Materia de Competencia señaló que, a diciembre de 2021, el AEPR mantiene una participación de 60.9% (sesenta punto nueve por ciento) en términos del *share* de audiencia (los Canales de Programación del AEPR siguen siendo los más vistos) y cuenta con cobertura de 86.75% (ochenta y seis punto setenta y cinco por ciento) y de la población nacional, mientras que los proveedores del STR comercial restantes tienen menor cobertura.

Dado lo anterior, la UCE en su Análisis en Materia de Competencia sugiere, entre otras cosas, evaluar las condiciones e información que contiene la OPI, pues como se ha mencionado, si se han presentado convenios para la compartición de infraestructura entre concesionarios del STR diferentes al AEPR, los cuales representan información relevante acerca de los elementos y condiciones que los concesionarios efectivamente requieren para la contratación de dichos servicios.

Además, con el fin de que los concesionarios puedan esperar un proceso de negociación con el AEPR ágil y que brinde la posibilidad de obtener un servicio ajustado a sus necesidades, el Análisis en Materia de Competencia sugirió evaluar las condiciones e información que contiene la OPI y si estas corresponden o son lo suficientemente flexibles o desagregadas para adaptarse a los términos y condiciones que se establecen en la práctica para la contratación de servicios de compartición de infraestructura.

Al respecto, se detectó la necesidad de modificar las medidas para favorecer el logro de los objetivos planteados en la resolución del AEPR. En particular, se advierte que:

- El servicio de compartición de infraestructura es atractivo para los concesionarios. Tal, como se mencionó entre el 1T 2017 y el 4T 2021, se celebraron veintinueve convenios de compartición de infraestructura para la prestación del STR.
- Existe interés en el Servicio de compartición de infraestructura ofrecido por el AEPR. Sin embargo, si bien se reporta interés e incluso acercamiento por parte de concesionarios con el AEPR, no se han concretado convenios por razones de viabilidad técnica o por tarifas.
- Las medidas impuestas actualmente no son suficientes para lograr los objetivos planteados en la Resolución de Preponderancia, pues como se señaló en el Análisis en Materia de Competencia, las medidas han tenido un impacto bajo.

- Las medidas actuales no señalan que la OPI debe contener la información necesaria para que los concesionarios interesados puedan revisarla previo a la contratación, lo que genera incertidumbre para los concesionarios interesados y se traduce como una barrera a la entrada.
- Como se señaló en la Resolución de Preponderancia, la infraestructura pasiva puede considerarse como un recurso esencial no fácilmente replicable para la provisión del STR a nivel nacional. Adicionalmente, resulta ineficiente desde el punto de vista económico que los competidores tengan que duplicar o triplicar la infraestructura pasiva existente, por lo que se reafirma que el servicio es atractivo para los nuevos concesionarios.
- Han existido acercamientos con el AEPR para la contratación del servicio, sin embargo, no se ha concretado en la firma de convenios, entre otros, por tarifas o falta de viabilidad técnica, como han señalado algunos interesados.

Si bien en las medidas actuales, tanto las derivadas de la Resolución de Preponderancia como la Resolución Bienal 2017, se enlistan los elementos que debe contener la OPI, estos elementos no son suficientes para que el Concesionario interesado pueda llevar a cabo la contratación del servicio. En la OPI no se señalan las características para que los Concesionarios Solicitantes puedan advertir si la infraestructura del AEPR es técnicamente viable, entre otros elementos necesarios para el concesionario interesado en contratar el servicio, pues, como se señaló, diversos concesionarios del STR, distintos al AEPR, han celebrado convenios para la compartición de infraestructura, los cuales representan una fuente de información relevante acerca de los elementos y condiciones que los concesionarios efectivamente requieren para contratación de dichos servicios.

Conforme a lo dispuesto en la Resolución de Preponderancia, se advierte que la OPI carece de información suficiente para el Concesionario Solicitante, lo cual genera incertidumbre sobre los requerimientos necesarios que den claridad y un panorama completo acerca de todos los requisitos para contratar el servicio de compartición de infraestructura, lo que genera incertidumbre acerca de la contratación del servicio, lo que también representa mayor tiempo para que el Concesionario interesado pueda obtener parámetros técnicos compatibles técnica y económicamente. Esta situación desfavorece el logro de los objetivos que se persiguen con estas medidas desde la Resolución de Preponderancia, dado que lo que se busca es reducir el tiempo de despliegue de las cadenas de televisión de cobertura nacional.

Asimismo, reducir el tiempo de despliegue también es importante para que el Concesionario solicitante cumpla con sus obligaciones pues, de acuerdo con el título de Concesión, el concesionario se obliga a prestar el Servicio Público de Televisión Radiodifundida Digital dentro del tiempo establecido en su concesión contados a partir del día siguiente del otorgamiento del título, esto para la totalidad de las localidades obligatorias a servir relativas a las zonas de cobertura, por lo anterior. En consecuencia, el

tiempo de despliegue para transmitir sus señales, es prioritario para que los Concesionarios interesados cumplan con lo establecido en sus títulos de concesión.

Teniendo en cuenta estos aspectos, es necesario modificar las medidas con el fin de incluir todos los elementos esenciales que permitan al concesionario solicitante acceder a la información indispensable para la contratación del servicio a través de la OPI. Asimismo, es crucial garantizar la certeza sobre las condiciones del servicio que se pretende contratar, agilizar los tiempos de consulta para que el interesado esté completamente informado sobre los términos y condiciones del servicio bajo las cuales se regula la contratación de este. Al clarificar estos elementos, se minimizarán los riesgos de afectar negativamente a la competencia.

Tal como se mencionó en líneas anteriores, actualmente las Afiliadas Independientes tienen una regulación más estricta en comparación con Grupo Televisa, lo cual no se basa en las mismas circunstancias de mercado, por lo que no se prevé que las Afiliadas Independientes ameriten contar con medidas más estrictas que aquellas impuestas a Grupo Televisa, por tanto, se consideró que ambos marcos regulatorios deben ser homologados.

Cabe recalcar que la modificación de las medidas no implica ninguna carga desproporcionada para el AEPR, pues la OPI ya se encuentra prevista en las medidas y solo se solicita al AEPR complementar información que resulta indispensable para la contratación del servicio. Información que también permitirá reducir las asimetrías de información, garantizar la no discriminación y favorecer la competencia, objetivos previstos en la Resolución de Preponderancia.

Por último, en la Consulta Pública se recibieron los siguientes comentarios:

Raúl Paniagua señaló lo siguiente:³⁰

- Es importante evaluar el número de solicitudes que han existido para tener acceso a la infraestructura pasiva del AEPR y los casos de éxito y de desistimiento.
- Se debe de dar beneficios reales y tangibles para que los concesionarios puedan hacer uso de la infraestructura pasiva del AEPR como un acceso a un bajo o nulo costo. En particular, se debe plantear la existencia de una tasa “0” (Cero), lo cual incentivará el uso de la infraestructura pasiva del AEPR y se podrá evaluar en definitiva la eficiencia de esta medida.
- Se debe establecer que las solicitudes de su propia operación, y para sus afiliados, filiales, subsidiarias o empresas que pertenezcan al mismo GIE también deben ser requeridas a través del SEG a efecto de que se pueda ver reflejado el mismo trato que se busca con esta medida.

³⁰ Participación de Raúl Paniagua en la Consulta Pública. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/industria/temasrelevantes/consultaspublicas/documentos/2-raul-paniagua.pdf>

Por su parte, Televisora de Navojoa, S.A. manifestó:³¹

- A la fecha, no se han solicitado los servicios de compartición de infraestructura pasiva por parte de ningún concesionario solicitante. GTV ha cumplido con las Medidas impuestas respecto de la compartición de infraestructura, ofreciendo su infraestructura a través de la OPI. No hay demanda de los servicios contenidos en la OPI, dado que las concesionarias del mercado de radiodifusión mexicano prefieren ubicarse en emplazamientos diferentes a los que usa el AEPR por consideraciones técnicas o de operación. En particular:
 - Las licitaciones han permitido la entrada de nuevos competidores nacionales y regionales que hasta el momento no han solicitado el servicio de compartición de infraestructura por parte de Grupo Televisa, demostrando que prefieren desplegar su propia infraestructura o acceder a la de otros actores del mercado.
 - Imagen Televisión, con el fin de ampliar su cobertura por todo el territorio mexicano, prefirió contratar capacidad de infraestructura pasiva de televisoras públicas en lugar de contratar infraestructura de Grupo Televisa.
- Lo anterior demuestra que en el mercado hay alternativas suficientes para satisfacer la demanda relacionada con compartición de infraestructura pasiva. Con base en esto, se puede deducir que las obligaciones actuales no son necesarias para garantizar la competencia.

Contenidos Audiovisuales Relevantes (en lo sucesivo “CAR”).

En el Análisis en Materia de Competencia se consideró que la **Medida relacionada con la adquisición de CAR** ha tenido un **impacto alto en relación con el objetivo que se planteó en la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión de evitar que el AEPR utilice el control de los CAR para restringir la entrada o crecimiento de competidores** en la transmisión de señales del STR. Lo anterior, al advertir que, en el periodo analizado, los competidores del AEPR tuvieron la posibilidad de acceder a los CAR e incluso se observa que, en la práctica, terceros concesionarios transmitieron dichos contenidos.

No obstante, en el Análisis en Materia de Competencia se señala que el texto vigente de la Medida Décima Octava aplicable a GTV-Televisa (la Medida Décima Octava de la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión):

- Limitaría la oferta de contenidos disponibles para las audiencias en los casos en los cuales la prohibición estricta de adquirir derechos de transmisión de CAR en exclusiva impida a Grupo Televisa adquirir dichos derechos y ningún otro competidor pueda adquirirlos. En particular, ese escenario ocurriría en caso de que algún organismo o

³¹ Participación de Televisora de Navojoa, S.A. en la Consulta Pública. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/industria/temasrelevantes/consultaspublicas/documentos/3-alvaro-haro-guerrero.pdf>

entidad únicamente ofrezca los derechos de transmisión de CAR de manera exclusiva o que dichos derechos estén disponibles para un solo agente en el territorio nacional.

- **En esos casos**, la prohibición estricta que establece la **Medida Décima Octava no atiende el objetivo de dinamizar la competencia en la adquisición de contenidos para el STR y podría generar distorsiones en la provisión de dicho servicio**, ya que los competidores del AEPR no podrían acceder a los CAR a través de mecanismos alternativos, como el sublicenciamiento de derechos, si no cuentan con la capacidad económica o no cumplen con las condiciones que exigen los dueños de los derechos para adquirirlos en exclusiva.
- **Es insuficiente para impedir que el AEPR adquiera derechos de transmisión de CAR de forma exclusiva o realice cualquier otra conducta con efectos similares**, pues, en el caso de que GTV-Televisa realice la adquisición de derechos sobre CAR a través de empresas que no sean parte del AEPR (es decir, de forma indirecta a través de una empresa que no sea miembro del AEPR), dicha adquisición tendría un efecto similar a adquirir en exclusiva derechos de transmisión de CAR, eliminando cualquier efecto de la Medida en la práctica y anulando su efectividad.

Por lo anterior, se advierte necesario evaluar alternativas que permitan atender la prohibición para que el AEPR adquiera derechos de transmisión de forma exclusiva o que realice cualquier otra conducta con efectos similares pero con el objetivo de dinamizar la competencia en la adquisición de contenidos.

Por otra parte, en cuanto a las Afiliadas Independientes, se advierte que, en cada trimestre analizado, la mayoría de ellas no contaron con derechos para transmitir CAR y, en caso de contar con derechos, estos se adquirieron de forma indirecta, a través de la transmisión de programación que incluye CAR. Por lo tanto, ninguna de las Afiliadas Independientes adquirió, de manera específica, derechos para la transmisión de CAR.

Aunado a esto, se advierte que, derivado de la evolución tecnológica en el sector de radiodifusión, tal como se menciona en el Análisis en Materia de Competencia³², el uso de la multiprogramación en el STR tiene por efecto aumentar la cantidad de Canales de Programación de acceso abierto y gratuito disponibles para las audiencias. En el Análisis en Materia de Competencia se señaló que, entre el 1T 2017 y el 4T 2021 se incrementó significativamente el uso de la multiprogramación por parte de los principales proveedores del STR comercial, ya que al 4T 2021 se ha autorizado el acceso a la multiprogramación a

Información derivada de los procesos de toma de decisiones de inversión del titular

³² Análisis en Materia de Competencia, página 26.

Ahora bien, el marco legal vigente permite que terceros tengan acceso al espectro radioeléctrico a través de la capacidad de los Canales de Transmisión concesionados, mediante la celebración de **acuerdos voluntarios** entre los agentes económicos. El artículo 159 de la LFTR y el artículo 10 de los Lineamientos establecen que los concesionarios podrán celebrar contratos libremente para el acceso a los canales multiprogramados en condiciones de mercado.

En este contexto, se observa que existen casos en los cuales los Concesionarios del STR, principalmente de uso público, proporcionan **acceso a la multiprogramación a terceros**.³³ Por lo que se advierte que, estos terceros que transmiten un canal de programación radiodifundido a través de la multiprogramación tendrían una barrera a la entrada al no estar contemplados en la regulación para la adquisición de CAR, considerando todo lo que ello implica y que se estableció en la Resolución de Preponderancia³⁴. En ese sentido, es necesario su inclusión, toda vez que participan de forma directa en el sector de radiodifusión y transmiten canales de programación hacia las audiencias de forma similar a los Concesionarios.

Además, en los comentarios recibidos en la consulta pública se desprende lo siguiente:

Raúl Paniagua señaló:³⁵

- Si el AEPR no puede adquirir los CAR en exclusiva podría darse el caso que el contenido no lo adquiriera por así establecerlo el dueño del contenido – es decir que tenga que ser adquirido en exclusiva – teniendo como efecto indirecto que las audiencias no tengan acceso a este contenido.
- Al limitar únicamente al AEPR la contratación en exclusiva de los CAR, se permite que su capacidad de negociación se enfoque en otro tipo de contenidos con alto contenido de interés para las audiencias, imponiendo otro tipo de barreras de entrada a diverso contenido. La medida debe de buscar equilibrar el acceso de contenidos que por la capacidad económica y de negociación del AEPR tendrá preferencia sobre los demás concesionarios del STR derivado de sus zonas de cobertura y audiencias.
- Existen contenidos de alto interés para las audiencias (como la NFL, box, entrega de premios, etc.) que pueden ser incluidos en los CAR o simplemente establecer parámetros para que un contenido pueda ser adquirido a través del AEPR para ser radiodifundido con un espacio de tiempo determinado.

³³ Análisis en Materia de Competencia, página 28.

³⁴ Resolución de Preponderancia en Radiodifusión, página 499

³⁵ Participación de Raúl Paniagua en la Consulta Pública.

Por su parte, Televisora de Navojoa, S.A. señaló lo siguiente:³⁶

- Grupo Televisa ha cumplido con los lineamientos regulatorios referentes a contenidos, compartiendo su contenido a las concesionarias que lo requieran. En el último año ha compartido contenido a sus competidores, ejemplo de esto es TV Azteca. En cuanto a la prestación de estos servicios, no se han evidenciado quejas o peticiones por parte de las concesionarias del sector de la radiodifusión que justifiquen medidas regulatorias adicionales o modificaciones a las Medidas vigentes.
- La compartición de contenidos actual cumple directamente con los objetivos por los cuales se establecieron las medidas referentes a contenidos, ya que se garantiza que el AEPR no pueda adquirir de forma exclusiva, contenidos audiovisuales de alta popularidad para las audiencias o realice cualquier otra conducta con efectos similares.
- No se identifican factores actuales que limiten a las concesionarias a adquirir derechos de transmisión de contenidos audiovisuales y/o de los CAR.

Por otro lado, en el Análisis en Materia de Competencia se consideró que la Medida Décima Novena ha tenido un impacto **alto** en cuanto al propósito que se planteó en la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión de **evitar que el AEPR ofrezca Canales de Programación de forma discriminatoria en plataformas tecnológicas distintas al STR**. Esto, pues se identifica que Grupo Televisa, quien en el periodo analizado ofreció sus Canales de Programación a sus propias filiales o subsidiarias en plataformas distintas al STR, también los ofreció a terceros a través de su oferta comercial, la cual es pública y se encontró disponible en su sitio de internet.³⁷ Asimismo, se observa que Grupo Televisa ofreció sus Canales de Programación de forma empaquetada y desagregada.

No obstante, se observa que la Medida Décima Novena no precisa el alcance de la obligación de ofrecer Canales de Programación de forma desagregada, lo cual podría generar incertidumbre a los interesados en adquirir canales del STR que ofrecen los miembros del AEPR, particularmente Nombre de persona moral. En particular, el texto vigente no precisa si los concesionarios del STAR podrían solicitar acceso a señales del STR a nivel de localidad para retransmitirlas únicamente en aquellas localidades (“zona de sombra”) donde no tienen acceso a los canales del AEPR mediante las obligaciones de acceso y retransmisión (*must carry* y *must offer*).³⁸

En relación con lo anterior se observa que, en la práctica:

³⁶ Participación de Televisora de Navojoa, S.A. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/industria/temasrelevantes/consultaspublicas/documentos/1-ramon-olivares-chavez.pdf>

³⁷ Los ITC e IC no reportan desacuerdos relativos a las condiciones bajo las cuales Grupo Televisa ofrece sus Canales de Programación. Por lo cual, esta UCE no identifica indicios de que Grupo Televisa haya ofrecido de forma discriminatoria sus Canales de Programación.

³⁸ En términos del artículo 164 de la LFTR, los concesionarios del STAR tienen acceso gratuito a los canales del AEPR en las mismas localidades (la misma zona de cobertura geográfica) donde el AEPR transmite las señales radiodifundidas.

- **Nombre de persona moral** ofrece *Canales de Programación “A la Carta”* a los concesionarios del STAR de forma desagregada **hasta nivel municipal**.

Sin embargo, del contenido de la oferta en relación con las tarifas aplicables, se advierte que los concesionarios del STAR solicitantes de los Canales de Programación deberán pagar por i) la totalidad de suscriptores que tengan en cada municipio, exceptuando los suscriptores del paquete de menor precio, siempre y cuando el concesionario solicitante no incluya el Canal de Programación en ese paquete, o bien, por ii) la totalidad de los suscriptores del concesionario solicitante, en caso de que incluya el Canal de Programación en su paquete de menor precio.

Así, aun cuando un concesionario del STAR solicitante tenga acceso gratuito en diversas localidades de un municipio determinado por la regulación *must carry* y *must offer*, si desea incluir un Canal de Programación de [Nombre de persona moral] para complementar su oferta en las localidades restantes del municipio, debería pagar por la totalidad de suscriptores que tiene en el municipio, en caso de que incluya el Canal de Programación en su paquete de menor precio. Lo cual, desincentiva y encarece el acceso a los Canales de Programación de [Nombre de persona moral]

- Se ha solicitado la intervención del Instituto para resolver sobre posibles incumplimientos de la obligación de ofrecer de forma desagregada canales de programación para **algunas localidades**, es decir, con ese nivel de desagregación geográfica.³⁹ Esto proporciona indicios de que existe demanda por el acceso a Canales de Programación a nivel de localidad.

- Hechos de carácter económico y jurídico de la persona moral

Por otra parte, se advierte que **Nombres de personas morales** no ofrecen Canales de Programación radiodifundidos, de manera empaquetada o desagregada, a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o terceros en plataformas distintas al STR.

Además, en los comentarios recibidos en la consulta pública se desprende los siguiente:

Raúl Paniaqua señaló: ⁴⁰

- La desagregación de canales ha sido tan efectiva que varios concesionarios de televisión radiodifundida como restringida se han visto beneficiados y dicho beneficio ha llegado hasta el usuario final.

³⁹ Expedientes 2S.21.4-40.123.16 y 2S.21.4-40.052.17 de la UC.

⁴⁰ Participación de Raúl Panjaqua en la Consulta Pública.

Por su parte, Mega Cable S.A. de C.V. (en lo sucesivo “Mega Cable”), señaló lo siguiente:⁴¹

- El Instituto deberá garantizar a los agentes económicos competidores del AEPR, el acceso a cualquier Canal de Programación y/o contenidos audiovisuales desarrollados o adquiridos por parte de Grupo Televisa (incluyendo todas las empresas filiales y subsidiarias, como IZZI o SKY) de forma desagregada y a la carta.
- El Instituto debe garantizar mediante la revisión y aprobación de ofertas comerciales del AEPR que las tarifas para los Canales de Programación en zona de sombra (donde no se perciben sus señales radiodifundidas) sean ofertados de forma desagregada bajo condiciones competitivas. Dichos accesos para su licenciamiento deben ser de forma equitativa, competitiva, no discriminatoria, conveniente y eficiente para todos los concesionarios o proveedores de contenidos audiovisuales sobre cualquier plataforma tecnológica.
- Para lo anterior, el AEPR deberá presentar una lista para los Canales de Programación, contenidos disponibles y una Oferta Pública de Referencia, aprobada por el Instituto, con las tarifas aplicables para los Canales de Programación y sus contenidos, desagregados y de acuerdo con las variantes relevantes para su comercialización. Asimismo, establecer que, en caso de desacuerdo entre el AEPR y un agente económico demandante del contenido, el Instituto fijará una tarifa aplicable a cada uno de los canales o contenidos de interés del concesionario o el operador.

Publicidad

En el Análisis en Materia de Competencia se advirtió que el STR sigue siendo el medio más utilizado para ver canales de televisión y los contenidos del STR son muy atractivos, incluso para los usuarios del STAR. Además, los niveles de audiencia del AEPR en el STR se han mantenido en niveles altos, pues en diciembre de 2021, la participación del AEPR fue de 60.9% (sesenta punto nueve por ciento) en términos de audiencia.

Además, se precisa que, si bien la proporción del gasto en publicidad que se destina al STR ha disminuido ante el incremento de la publicidad destinada a medios digitales, el STR sigue siendo el medio tradicional al que los anunciantes destinan más recursos para la adquisición de espacios publicitarios (28.4% del total del gasto en publicidad, para 2020).

Asimismo, a través de sus subsidiarias, Nombre de persona moral participa en varias plataformas, incluyendo el STR, el STAR e Internet. Por lo cual, tiene la posibilidad de integrar distintas plataformas para diseñar su oferta de espacios publicitarios combinando las audiencias y usuarios que alcanza a través de las plataformas en las que opera.

⁴¹ Participación de Mega Cable en la Consulta Pública. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/industria/temasrelevantes/consultaspublicas/documentos/1-ramon-olivares-chavez.pdf>

En ese contexto, se considera que [Nombre de persona moral] mantendrá un fuerte posicionamiento en la comercialización de espacios publicitarios en las distintas plataformas que opera, incluyendo el STR.

En relación con la implementación de las Medidas, se identifica que GTV-Televisa: i) ha entregado información al instituto y ha publicado en su sitio de Internet información relativa a sus espacios publicitarios y ii) ha prestado servicios publicitarios de forma empaquetada y desagregada, en distintas plataformas tecnológicas. Por su parte, las Afiliadas Independientes también publicaron información referente a sus espacios publicitarios en su sitio de Internet o no ofreció espacios publicitarios, y solo se tuvo conocimiento de 8 (ocho) Afiliadas Independientes que prestaron espacios publicitarios para anunciar servicios de telecomunicaciones.

No obstante, a partir de la información publicada por [Nombre de persona moral], como parte de sus planes comerciales (ver como referencia el plan comercial para televisión radiodifundida⁴²) se identifica que, a pesar de que existen tarifas públicas de referencia para sus espacios publicitarios, dicho agente emplea múltiples criterios y variables para determinar las tarifas definitivas aplicables a cada anunciante. Algunas de estas variables, tales como “*Entorno del anunciante*”, “*Competencia y Mercado Publicitario*” y “*Relevancia del Programa y la Marca del Anunciante*” sugieren que [Nombre de persona moral] cuenta con una amplia discrecionalidad para establecer sus tarifas efectivas por servicios publicitarios.

En ese sentido, en la Consulta Pública, Mega Cable destacó la importancia de conocer los descuentos, bonificaciones u otros elementos de ajuste a la tarifa base, de tal forma que se conozca la tarifa efectiva.

Por lo anterior, se considera que, si bien ciertos elementos de las Medidas han contribuido a dotar a los anunciantes de cierta información sobre los espacios publicitarios del AEPR, **su impacto agregado ha sido bajo en cuanto a su propósito de transparentar las operaciones de publicidad del AEPR, específicamente de Grupo Televisa.** Por lo que se advierte necesaria una modificación con la finalidad de evitar fallos derivados de la falta de información. Esto, debido a la existencia de elementos discrecionales que impiden a los anunciantes conocer las tarifas que efectivamente se aplican en la comercialización de espacios publicitarios.

En seguimiento a lo anterior, para el año 2019, la Unidad de Política Regulatoria recibió diversos escritos referentes a la presentación de información de publicidad del AEPR, la cual se enlista a continuación:

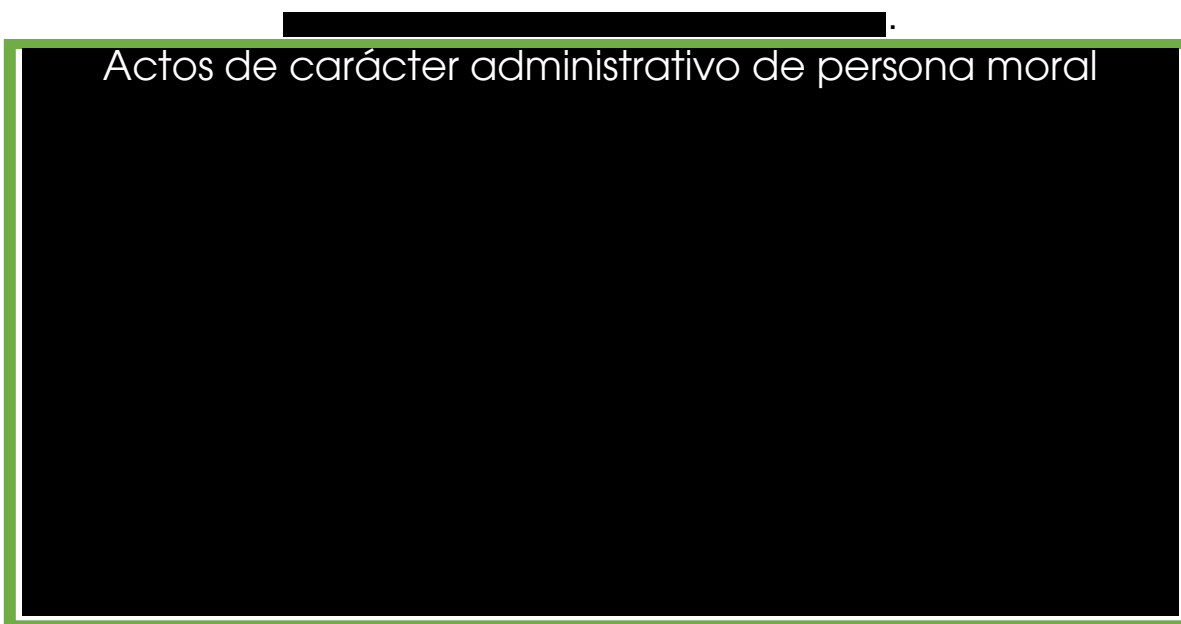
⁴² Disponible https://televisallegua.com/assets/images/carga_cms/Pol%C3%ADticas_TV_Radiodifundida.pdf

Página 61 de 517

[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Fuente: Elaboración propia

Al respecto, del análisis de los escritos se detectaron diferencias significativas entre los montos pagados por cada contratante, en función de los espacios publicitarios contratados, la cual se puede observar en la siguiente gráfica, y que, por falta de información en estos criterios, el Instituto se ha visto imposibilitado de identificar los factores que determinan esas diferencias entre las tarifas que se ofrecen a los anunciantes siendo perjudicial para la competencia.



De acuerdo con la información anterior, las medidas vigentes no han funcionado pues su implementación no ha permitido que se alcancen sus propósitos. Por lo cual, es necesario realizar modificaciones correctivas para atender las deficiencias que se identificaron.

Al respecto, la evaluación de impacto de las medidas permite identificar que persisten las situaciones que motivaron la imposición de las medidas:

- [REDACTED] está integrado verticalmente y participa en varias actividades económicas, lo que genera incentivos para otorgar sus espacios publicitarios en condiciones que: i) favorezcan las actividades económicas de sus empresas y ii)

afecten las posibilidades de competir de terceros que participan en actividades económicas en las que también participa.

- **Nombre** **de persona moral** participa en diversas empresas que prestan servicios de telecomunicaciones, por lo que tiene incentivos para aprovechar su posicionamiento en el sector de la radiodifusión para distorsionar el proceso de competencia y libre concurrencia en mercados donde también compite, como por ejemplo el STAR.

Asimismo, la evaluación de impacto de las medidas permite identificar que las medidas vigentes actualmente han sido insuficientes para alcanzar los objetivos que se plantearon en la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión:⁴³

- Transparentar las operaciones de publicidad del AEPR frente a todos los anunciantes, con la finalidad de evitar fallos derivados de la falta de información.
- Evitar que se afecten las condiciones de competencia y la libre concurrencia en el sector de radiodifusión, incluyendo evitar que el AEPR:
 - Utilice la venta de publicidad como instrumento para restringir la entrada y crecimiento de agentes en otros sectores.
 - Ofrezca sus espacios publicitarios de forma condicionada o discriminatoria; o realice negativas de trato.
 - Emplee la posición de preponderancia que tiene en este sector para favorecer indebidamente a las empresas que lo integran en perjuicio de terceros con los que compite en otras actividades económicas, principalmente en la prestación del STAR.

Es decir, es necesario realizar modificaciones a las medidas vigentes para prevenir que Grupo Televisa perjudique el proceso de competencia en el sector de radiodifusión por medio de prácticas como la discriminación en tarifas, limitar el acceso de los servicios de publicidad a los anunciantes, condicionar la prestación del servicio, negativa de trato, entre otras.

Por otro lado, de los comentarios recibidos en la consulta pública se desprende lo siguiente:

Raúl Paniagua señaló:⁴⁴

- El AEPR, en su mayoría vende los espacios publicitarios a las agencias de publicidad que a su vez venden dichos espacios a las empresas anunciantes, pudiendo estas agencias llevar a cabo prácticas discriminatorias que beneficien indirectamente al AEPR.

⁴³ Resolución de Preponderancia en Radiodifusión, páginas 521, 625 y 626.

⁴⁴ Participación de Raúl Paniagua en la Consulta Pública.

- Se debe de regular la manera en que se comercializan los espacios publicitarios, que si bien en caso de que se haga la venta a agencias publicitarias se tenga que resguardar un porcentaje a sus competidores o en su caso, comprobar que se pusieron a la venta – a los competidores – dichos espacios.

Por su parte, Mega Cable señaló:

- El AEPR deberá presentar una oferta pública de referencia para la comercialización de espacios publicitarios controlado por audiencia, tipo de contenido, horario, eventos desarrollados a través de la transmisión del espacio publicitario, entre otros. Esta oferta deberá incluir todos los descuentos, bonificaciones, o cualquier elemento de ajuste a la tarifa base por tipo de cliente o servicio de tal manera que se conozca la tarifa efectiva. Esta tarifa efectiva será de utilidad para el análisis de competitividad en los procesos de formación de precios y la capacidad de los competidores del Agente Económico Preponderante de replicar, por audiencia, sus tarifas.
- El AEPR deberá permitir al proveedor solicitante la comercialización de espacios publicitarios en su contenido; ya sea que haya accedido a este contenido a través de adquisición directa; compra, o a través de las obligaciones de Must Offer. Esta medida permitirá incrementar la rentabilidad de los agentes económicos, proveedores solicitantes, que pudieran competir con el AEPR. Esta mayor rentabilidad fomentará la competencia e innovación, acelerando la entrada y permanencia en el mercado de agentes económicos oferentes, en diversas plataformas tecnológicas, que fomenten una competencia efectiva en la oferta del servicio.
- El Instituto determinará un número máximo de minutos de publicidad por hora para todos los canales de programación del AEPR. Asimismo, el Instituto establecerá una limitante a las menciones, infomerciales, así como a cualquier publicidad directa o indirecta con el fin de que se ofrezca una mayor cantidad de contenidos dentro de la programación del AEPR.

Entrega de información

La medida Vigésima Tercera se modifica para hacer más eficientes los procesos de supervisión y verificación para que la Unidad de Cumplimiento pueda llevar a cabo las atribuciones que le corresponden, respecto a emitir trimestralmente los informes de cumplimiento de las obligaciones asimétricas del AEPR. Es de señalar que la modificación de esta Medida resulta necesaria para corregir ineficiencias en el proceso de entrega de información.

De acuerdo con las alternativas para la simplificación y mejora de la regulación existente, propuestas por la OCDE⁴⁵, se destacan la consolidación o compactación de regulaciones,

⁴⁵ (OCDE). (2016). El ABC de la mejora regulatoria para las entidades federativas y los municipios: Guía práctica para funcionarios, empresarios y ciudadanos. <https://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/abc-manual-for-regulatory-reform-spanish-version.pdf>

pues su propósito es eliminar incongruencias, redundancias y responsabilidades difusas que tengan el efecto de generar incertidumbre e imponer cargas innecesarias a los sujetos regulados. Es por ello que resulta factible la modificación de la medida, pues la entrega que debe realizar el AEPR para la verificación del cumplimiento de sus obligaciones, debe ser trimestralmente, por lo que mantener la medida con la redacción actual “a la fecha de solicitud” implica que sea la Unidad de Cumplimiento quien solicite la información al cierre cada trimestre, además de otorgar únicamente 15 días naturales para que el AEPR entregue esta información. Con la modificación de la medida, se esclarece la entrega obligada de información por parte del AEPR hacia la Unidad de Cumplimiento, en un periodo determinado y suficiente para la entrega de dicha información, lo que se traduce como un proceso eficiente, suficiente y reduce la incertidumbre para el AEPR.

En la modificación a la medida Vigésima Tercera también se reitera la obligación del AEPR de entregar la información de separación contable conforme al “Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones expide la metodología de separación contable aplicable a los agentes económicos preponderantes, agentes declarados con poder sustancial de mercado y redes compartidas mayoristas” (en adelante “**Acuerdo de metodología de separación contable**”), pues en las medidas de Resolución de preponderancia no se señala como tal la obligación del cumplimiento de estas, por lo que resulta necesario que el AEPR proporcione esta información al Instituto a fin de reducir las asimetrías de información existentes.

Como se mencionó en el Acuerdo de metodología de separación contable:

“La importancia de la separación contable para los organismos reguladores radica en la obtención de información asociada a la prestación de los diferentes servicios que proveen los operadores, lo cual ayuda a reducir las asimetrías de información existentes entre el regulador y los operadores, lo que resulta en una identificación de los costos de operación, ingresos, inversiones y otros términos asociados a los servicios.

Asimismo, la separación contable sirve como herramienta de monitoreo en la prestación de servicios entre operaciones propias y a terceros para verificar que se cumpla con el principio de no discriminación.”

Dada la importancia de la información de la separación contable, es necesario recalcar esta obligación en las medidas y eliminar cualquier motivación que pueda tener el AEPR para dejar de presentar esta información al Instituto.

Cabe mencionar que esta modificación a la medida no es excesiva, ya que dicha obligación al AEPR ya se encuentra establecida en la LFTR y por el mismo Instituto.

Interpretación y resolución de disputas

Se identificaron diferencias en los marcos regulatorios vigentes tanto para GTV-Televisa así como para las Afiliadas Independientes que, se han ido advirtiendo en el Análisis en Materia de Competencia, las cuales consisten en: (1) GTV-Televisa ofrece solo compartición de infraestructura pasiva mientras que las afiliadas independientes ofrecen aparte de compartición el servicio de emisión de señal y (2) las afiliadas independientes no han contado con derechos para transmitir CAR o no han participado en un club de compra por lo que carga regulatoria podría no ser proporcional a su participación en estas actividades reguladas, dichas diferencias pueden repercutir en una asimetría en la carga regulatoria que no corresponden a las circunstancias del mercado.

Asimismo, se advierte un área de mejora en el proceso para resolución de desacuerdos, toda vez que la medida no establece una alternativa a la designación de peritos, de los cuales, de acuerdo con la medida, recaerán los costos a quienes los designen, por lo que se considera necesario indicar en el procedimiento una alternativa que tenga menos impacto económico para la resolución de los desacuerdos suscitados en la provisión de los servicios a que hace referencia la Medida.

Implementación del Sistema Electrónico de Gestión (en lo sucesivo “SEG”)

En la Resolución de Preponderancia se señala que el AEPR debe informar a los Concesionarios Solicitantes respecto a la realización de nueva obra civil a través de un sistema electrónico, así como mantener actualizada la información y normativa técnica acerca de sus instalaciones, además de los procedimientos definidos para la solicitud de servicios. Sin embargo, pese a que en las medidas establecidas en la Resolución de Preponderancia señalan la entrada en vigor del SEG, no se mandataba al AEPR su creación, lo cual podría generar incertidumbre al no existir una Medida dentro del marco regulatorio que indique las especificaciones que debe cumplir dicho sistema y que a su vez represente un riesgo con la información que ya contiene y se transmite a través del SEG.

Dado lo anterior, este Instituto considera importante que las medidas actuales señalen al AEPR la obligación de crear el SEG, aun considerando que éste ya se encuentra en funcionamiento, y se señala que este sea el medio de comunicación oficial para la prestación de los servicios de compartición de infraestructura pasiva, para con ello eliminar cualquier incentivo a no mantener el SEG. Esta modificación a la medida Decima Novena y Trigésima primera permite reducir las asimetrías de información entre el AEPR, el Instituto y el Concesionario Solicitante.

b) Razonabilidad de las medidas con relación a las posibles afectaciones.

Medida Primera

Respecto a la asimetría en la carga regulatoria hacia las Afiliadas independientes, el Análisis en Materia de Competencia destacó que esta asimetría no se basa en circunstancias de

mercado, tales como el control de insumos de infraestructura adicionales. Por lo que no se identifican elementos para conservar esta diferenciación de marcos regulatorios entre GTV-Televisa y las Afiliadas Independientes, pues estas últimas resultan afectadas por una sobre-regulación.

Debido a lo anterior, se considera que las Afiliadas Independientes no ameritan contar con una regulación asimétrica más estricta, por lo que el marco regulatorio aplicable a los integrantes del AEPR se unifica para que tanto GTV-Televisa como las Afiliadas Independientes se regulen bajo un solo marco regulatorio vigente.

Compartición de infraestructura

La modificación a las medidas de Compartición de Infraestructura tiene como fin eliminar las barreras a la entrada para los concesionarios interesados en adquirir infraestructura del AEPR. Lo anterior, toda vez que, como se desprende del Análisis en Materia de Competencia el impacto en términos de competencia económica de dichas medidas, ha sido bajo, en relación con los objetivos que se plantearon en la Resolución de Preponderancia. Hasta el momento, el AEPR no ha firmado ningún acuerdo para la provisión de estos servicios con base en la OPI. Sin embargo, en contraste, se observa que diversos concesionarios del STR, distintos al AEPR, han celebrado convenios para la compartición de infraestructura. Estos convenios representan una fuente de información relevante acerca de los elementos y condiciones que son considerados como necesarias para la contratación de dichos servicios.

Las modificaciones permitirán que los concesionarios accedan a un proceso de negociación más ágil con el AEPR y la posibilidad de obtener un servicio ajustado a sus necesidades, así como contar con información suficiente para la contratación de los servicios.

Asimismo, dado que no han existido hasta el momento contratos o convenios relacionados con este servicio por parte del AEPR, la modificación de la medida busca corregir aquellas asimetrías de información que puedan existir al momento de la negociación y hacer que la oferta de este servicio por parte del AEPR sea más atractiva para los concesionarios interesados en tener acceso a la infraestructura pasiva, al contar con procesos más detallados, con un sistema de gestión que cuente con información actualizada y con plazos pre definidos para ambas partes, sin sobre regular al sector tal que afecte su desarrollo.

Lo anterior es así, toda vez que las modificaciones acerca de lo que debe contener la OPI, toma en cuenta proteger la infraestructura del AEPR, de posibles afectaciones físicas derivados del uso de la infraestructura, así como los intereses de los Concesionarios Solicitantes, pues al ser el mismo AEPR quien presente la propuesta de la OPI, podrá considerar información pertinente, sin embargo al presentarlo al Instituto y sea este quien determine posibles cambios o ajustes a la OPI final, se tendrá la certeza de que ninguna propuesta represente una barrera a la entrada.

En relación con las tarifas, si bien existe una capacidad de negociación mayor por parte del AEPR, también es cierto que las partes interesadas pueden definir las tarifas que les sean convenientes a ambos. De no existir un acuerdo, los concesionarios interesados en adquirir el servicio de Infraestructura pueden acudir al Instituto para que sea el intermediario y pueda definir la tarifa, con base en costos, para ambas partes.

Por último, se observa que existe una asimetría en la carga regulatoria entre las medidas aplicables vigentes entre Grupo Televisa y las Afiliadas independientes. Por ello, se homologan ambos marcos regulatorios con la finalidad de evitar estas asimetrías. Conforme lo señalado anteriormente, las asimetrías observadas no se basan en condiciones de mercado, ya que las afiliadas no cuentan con poder de mercado que requiera un mayor y más estricto control.

Contenidos

En la evaluación de impacto reflejada en el Análisis en Materia de Competencia se identificó que la medida Décima Octava de la Resolución de Preponderancia es insuficiente para impedir que el AEPR adquiera derechos de transmisión de CAR de forma exclusiva o realice cualquier otra conducta con efectos similares. Toda vez que en el caso de que GTV-Televisa realice la adquisición de derechos sobre CAR a través de empresas que no sean parte del AEPR (es decir, de forma indirecta a través de una empresa que no sea miembro del AEPR), dicha adquisición tendría un efecto similar a adquirir en exclusiva derechos de transmisión de CAR, eliminando cualquier efecto de la Medida en la práctica y anulando su efectividad, por lo que se advierte necesario modificar la medida de forma tal que la obligación de no adquirir CAR incluya a aquellas empresas filiales o subsidiarias de GTV-Televisa que se encuentren fuera del Grupo de Interés Económico determinado como AEPR y que puedan estar realizando conductas con efectos similares a la adquisición en exclusiva.

Asimismo, la Resolución de Preponderancia señala en sus resolutivos QUINTO y SEXTO que las medidas le serán aplicables a los integrantes del AEPR que cuenten con títulos de concesión de televisión radiodifundida o que sean propietarios o poseedores de infraestructura pasiva y de los que lleven a cabo las actividades reguladas en el presente instrumento, y las medidas serán obligatorias a los miembros que formen parte del AEPR, así como a las personas físicas o morales que sean sus causahabientes o cesionarios de sus derechos o que resulten de reestructuras corporativas o modificaciones accionarias derivadas de concentraciones de cualquier tipo a agentes vinculados con el AEPR, por lo que la modificación a la medida Décima octava se realiza con el fin de continuar con cumplimiento a lo señalado en los resolutivos y evitar que en alguna futura reestructura de GTV-Televisa derivado de su funcionamiento interno, existan nuevas empresas que queden fuera del marco regulatorio y con ello represente una ventaja para el AEPR pero una barrera para los demás competidores del STR, por lo que la modificación a la medida busca prevenir este comportamiento que no solo perjudica a los concesionarios competidores del STR, sino también a las audiencias.

Además, al considerar la evolución tecnológica del sector, se advierte que a través de la Multiprogramación, una persona física o moral que cuente con la capacidad necesaria, podría conformar un Canal de Programación y radiodifundirlo mediante acuerdo con Concesionarios, por lo que se considera necesario realizar una modificación de la medida en la que se establezca la posibilidad de que estos terceros programadores tengan acceso a los CARs, toda vez que, como se estableció en la Resolución de Preponderancia, estos contenidos audiovisuales de carácter no replicable y de alto nivel esperado de audiencia regional o nacional implicarían una barrera a la competencia frente a Concesionarios del Servicio de televisión Radiodifundida, al transmitir ambos un mismo Canal de Programación.

En ese sentido, la propuesta de modificación de la Medida Décima Novena pretende, en su caso, dar claridad a las partes acerca del término de “desagregación” toda vez que la Medida no es clara con la desagregación que pretende, por lo que se advierte necesario un ajuste que brinde certeza hacia el objetivo la Medida en la Resolución de Preponderancia, y al considerar que en el Análisis en Materia de Competencia se identifica un impacto alto de la Medida no se advierte necesario alguna modificación adicional acerca de las condiciones en las que se ofrecen los Canales de Programación, por lo que la propuesta de modificación se considera pertinente en términos del objetivo planteado.

Acerca de realizar ajustes a las medidas referentes a Contenidos, la propuesta de modificación versa sobre la necesidad de adaptarse a las condiciones actuales del sector.

Asimismo, dejar de analizar la regulación impuesta al AEPR, para un mercado que ha evolucionado implicaría mantenerse en el rezago y en la falta de la búsqueda de constante de oportunidades y mejoras en el sector. Es decir, no modificar los eventos que se han detectado perjudiciales para el sector, conlleva a la obsolescencia en la regulación y, por lo tanto, afecta al escenario actual del sector perjudicando a las audiencias.

Si bien es cierto que el sector de radiodifusión no es tan dinámico como lo es el sector de telecomunicaciones, también es cierto que ha habido cambios en la estructura del preponderante: por ejemplo, Grupo Televisa ha tenido diversas reestructuras, por lo que, dichas particularidades deben ser consideradas en la regulación, dotando así de plena efectividad a las medidas y a los objetivos planteados.

Por otra parte, se propone incluir la entrega de la información respecto a cómo comercializa los canales de programación, con el objetivo de brindar certeza a los interesados en adquirir estos canales, así como vigilar la no discriminación en la provisión de los mismos. Cabe mencionar que, de acuerdo con el informe titulado “Acceso a la información: una tarea pendiente para la regulación latinoamericana”, publicado en agosto de 2003 por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (en adelante “CEPAL”), la información es considerada un requisito indispensable para la regulación de cualquier sector y resalta que, mientras las empresas buscan maximizar sus propios beneficios, el trabajo del regulador es garantizar el funcionamiento eficiente de los mercados y actuar en función de

la maximización del bienestar general y, para que el regulador pueda cumplir con sus objetivos, es necesario que cuente con la información del mercado que está a su cargo para poder evaluar y emitir políticas que ayuden a cumplir las obligaciones del regulador, sin embargo, generalmente el regulador se ve limitado por la falta de información ya que no puede observar con precisión la conducta del regulado.

La actualización de la información permitirá al Instituto realizar un seguimiento a las modificaciones de los términos y condiciones en que se ofertan los Canales de Programación, y brindará certeza jurídica a los Concesionarios interesados en el servicio, toda vez que con su publicación se permite disponer de información actualizada acerca de los términos y condiciones en las que se ofrece los Canales de Programación.

Publicidad

De conformidad con lo señalado anteriormente, la información solicitada por el Instituto, tanto por los requerimientos de información realizados al AEPR derivado de las atribuciones de las unidades correspondientes, así como por la información solicitada de conformidad con lo instruido en las medidas de preponderancia, ha servido para detectar áreas de mejora, y gracias a ello se plantean cambios que toman en consideración las circunstancias actuales del mercado de publicidad del STR.

En relación con el ajuste referente a establecer el plazo en el que deberá publicar y entregar al Instituto cualquier modificación a lo señalado en la medida para así evitar posibles desacuerdos o inconformidades en caso de que el AEPR no tenga actualizada la información para los solicitantes del servicio, lo que se busca es dar certeza a los Concesionarios Solicitantes sobre cualquier cambio en la forma de calcular las tarifas en caso de querer contratar algún servicio que ofrece el AEPR. De igual forma, es importante que también queden definidos los plazos y tener conocimiento de cualquier solicitud que se realice al AEPR para contar con la información que pueda aportar al Instituto datos con los que se puedan detectar alguna practica contraria a la competencia, así como para poder hacer verificable y sancionable la medida en caso de incumplimiento por parte del AEPR.

Las medidas Vigésima Primera y Vigésima Segunda están enfocadas en fortalecer los controles preventivos para detectar conductas anticompetitivas del AEPR que puedan restringir o que imposibiliten la entrada de usuarios y por lo tanto afectar la competencia. Con las modificaciones se busca tener mayor visibilidad respecto a la venta de espacios publicitarios, lo cual permitirá reducir asimetrías de información, y con ello, fortalecer las actividades de supervisión y verificación del Instituto, evitando afectaciones a la competencia económica y la libre competencia.

En la Resolución de Preponderancia se señaló específicamente lo siguiente⁴⁶: “se considera oportuno que el agente económico preponderante haga del conocimiento público todos los elementos que conforman su oferta de publicidad en sus señales de televisión

⁴⁶ Resolución de Preponderancia, página 624.

radiodifundida, tales como servicios, precios por servicios, condiciones y términos de contratación y política de bonificaciones y descuentos, entre otros, sin que se llegue a conformar una oferta pública de referencia, esto con la finalidad de que el agente preponderante esté en posibilidad de acordar libremente sus precios finales con los anunciantes.”

Dado que el precio de un espacio publicitario cambia en función de varios factores, como la duración, el orden de programación, el horario de transmisión, puede repercutir en que empresas del mismo sector compitiendo por el mismo mercado, podrían, a lo largo de un año, contratar una cantidad diferente de espacios publicitarios. Esto puede deberse a variaciones en sus estrategias de mercadotecnia o diferencias en recursos económicos disponibles. Sin embargo, es probable que estas empresas inviertan una cantidad similar en publicidad, valorando los espacios de acuerdo con su impacto y rentabilidad. Por ello, es importante clarificar las variables que se le dan a cada factor de cálculo para garantizar transparencia y equidad en el cobro de este servicio a todos los interesados.

Retomando lo señalado en el párrafo que antecede, resulta crucial para el Instituto garantizar que quienes solicitan el servicio lo adquieran en condiciones no discriminatorias y en condiciones de transparencia y competencia. Al no contar con los elementos claramente definidos, existe una afectación a la competencia.

Por otra parte, con la entrega de la información respecto a cómo se comercializan los espacios publicitarios para los servicios de telecomunicaciones, se pretende brindar de certeza a los interesados en adquirir estos servicios, así como vigilar la no discriminación en la provisión de éstos. Para ello, cabe mencionar que, de acuerdo con el informe titulado “Acceso a la información: una tarea pendiente para la regulación latinoamericana”, publicado en agosto de 2003 por la CEPAL, la información es considerada un requisito indispensable para la regulación de cualquier sector y resalta que, mientras las empresas buscan maximizar sus propios beneficios, el trabajo del regulador es garantizar el funcionamiento eficiente de los mercados y actuar en función de la maximización del bienestar general y, para que el regulador pueda cumplir con sus objetivos, es necesario que cuente con la información del mercado que está a su cargo para poder evaluar y emitir políticas que ayuden a cumplir las obligaciones del regulador, sin embargo, generalmente el regulador se ve limitado por la falta de información ya que no puede observar con precisión la conducta del regulado.

La entrega de la información permitirá al Instituto realizar sus actividades de supervisión y verificación de la no discriminación, además de que brindará certeza jurídica a los interesados en el servicio toda vez que, con el establecimiento de un periodo para la actualización de la información, se contará con la información actualizada relativa a los diversos servicios de publicidad que se ofrece en el STR.

Entrega de información

La modificación en los tiempos de entrega de información por parte del AEPR hacia el Instituto para el cumplimiento, supervisión y verificación de las obligaciones establecidas en las medidas, no solo permite, estandarizar los tiempos de recepción de información por parte de los regulados, sino que además se reducen las cargas administrativas, pues la Unidad de Cumplimiento no tendrá que requerir la información de las obligaciones del AEPR. Además, cabe mencionar que el AEPR tiene pleno conocimiento acerca de la información que debe entregar, por lo que al establecer un plazo de entrega el AEPR abona el hecho de hacer más eficiente sus procesos para la entrega de dicha información y cumplir con sus obligaciones. Es de señalar que, las modificaciones no derivan como tal de una afectación a la competencia, sino que busca efficientar el cumplimiento de obligaciones.

Por otro lado, al igual que el Sistema Electrónico de Gestión, si bien en la actualidad ya se encuentra la obligación hacia el AEPR de entregar diversa información al Instituto, se considera necesario asegurar la entrega de información con respecto a la separación contable y la metodología que debe seguir para ello.

Cabe precisar que, con esta adición a la medida Vigésima Tercera y precisión de la metodología aplicable, la cual es aplicable a los concesionarios y/o autorizados que conforman los agentes económicos preponderantes, no se genera una obligación adicional al AEPR, puesto que este ya está obligado por ley y otras disposiciones a entregar información en esta materia, y únicamente se hace referencia a esta como guía para la entrega de dicha información.

Interpretación y resolución de disputas.

Se propone modificar la medida a efecto de que la designación de peritos por parte del AEPR y CS no sea obligatoria, pues no existen elementos para presuponer que cualquier desacuerdo en materia técnica requiera de peritajes y, por ende, no se advierte razonable que las partes deban incurrir en costos aun cuando no lo adviertan necesario. Por tanto, al eliminar la obligatoriedad, se generaría un marco más flexible para la presentación de desacuerdos.

Por otro lado, a partir de la experiencia y madurez en la determinación de las condiciones de los servicios en las ofertas de referencia, es posible para el Instituto dar solución a desacuerdos técnicos sin necesidad de que en todos los casos se requiera allegarse de opiniones adicionales.

Lo anterior permitirá contar un marco regulatorio más flexible que favorezca la prestación de los servicios mayoristas regulados.

Implementación del SEG

Toda vez que el SEG ya se encuentra en funcionamiento, tal y como se mandata en la Resolución de Preponderancia, se propone adicionar y ajustar la medida para señalar que el AEPR ya debe contar con el SEG, y no crearlo, además, las características que se proponen en la modificación, corresponde a precisiones tales como que dicho sistema deberá ser el medio de comunicación oficial entre el AEPR y los Concesionarios Solicitantes, de tal forma que en todo momento esté actualizado conforme la OPI, y se ajuste la información que debe de mostrar y que a su vez, el Instituto pueda entrar al sistema para llevar a cabo las actividades de supervisión y verificación.

Cabe mencionar que las modificaciones tienen por objeto brindar certeza y eliminar cualquier incentivo a no emplearlo como medio para los tramites de gestión de los servicios de la compartición de infraestructura, así como reducir asimetrías de información y potenciales barreras a la competencia.

Dado que el Instituto tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión, busca cumplir con los principios de fomento a la competencia, eliminar barreras a la entrada de nuevos competidores y la libre competencia, por lo que es de suma importancia que los concesionarios interesados en adquirir el servicio de compartición de infraestructura pasiva con el AEPR tengan la información necesaria, actualizada y detallada relativa a los servicios que son esenciales para la transmisión de sus señales en el momento que les sea necesario, de este modo se incentiva a adquirir los servicios de compartición de infraestructura, dado que al tener la información detallada y en el tiempo necesario los Concesionarios Solicitantes no tendrán incertidumbre de los servicios que pretenden adquirir. Asimismo, que el Instituto cuente con un perfil para observar cuando considere necesario, las condiciones en que el AEPR ofrece los servicios, permitirá al Instituto identificar posibles actos discriminatorios o condicionamientos para la contratación de sus servicios de compartición de Infraestructura, lo que representa certidumbre a los Concesionarios Solicitantes.

Por último, no se omite señalar que la OPI vigente contemplará las modificaciones a las medidas referente al SEG reflejadas en la Medida novena y Trigésima primera, y que, además, en la actualidad el SEG funge como medio principal en los trámites de gestión de los servicios de la OPI, por lo que la modificación actual de las medidas se considera suficiente y no implica una carga excesiva hacia el AEPR.

Tercero.- Valoración de Pruebas.

Las pruebas documentales admitidas por el Instituto, dada la naturaleza de las propias probanzas y de su origen, serán valoradas conforme a lo dispuesto por los artículos 79, 93 fracciones II, III y VII, 129, 130, 133, 188, 197, 202, 203, 210-A y 217 del CFPC de aplicación supletoria a la LFTR, de conformidad con su artículo 6, fracción VII. Lo anterior, con el propósito de determinar el alcance y valor probatorio que corresponde otorgar a cada

una de ellas en el Procedimiento Administrativo, para efectos de precisar si son suficientes e idóneas para acreditar los extremos a que se refieren los oferentes, sin dejar de considerar que en términos del artículo 197 del CFPC, esta autoridad realizará con la más amplia libertad su análisis y valoración haciendo en todo momento una interpretación en todo lo que favorezca a los intereses de los oferentes.

Una vez señalado lo anterior, esta autoridad procede a realizar el análisis de las pruebas y a determinar el alcance probatorio de cada una de las mismas, atendiendo a las reglas de la lógica, la experiencia⁴⁷ y exponiendo en forma clara los fundamentos de esa valoración.

Es necesario puntualizar que las probanzas ofrecidas por GTV y Televisa resultan esencialmente idénticas, por lo que las mismas, a fin de evitar innecesarias repeticiones, se analizarán de manera conjunta en el presente apartado, para lo cual se señalarán como **GTV-Televisa**.

Las pruebas presentadas por GTV-Televisa y que fueron admitidas por el Instituto en el Procedimiento Administrativo son las que se relacionan y valoran al tenor siguiente.

Prueba 1.

Documental privada consistente en el “Análisis económico del Doctor en Economía [redacted] [redacted] Nombre de persona física”, señalada por los oferentes como “**Anexo 1**” en el Escrito de Manifestaciones de GTV-Televisa.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona: Con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, (XI) Medidas relacionadas con publicidad, y con la **Medida Vigésima Primera del Oficio de Inicio**.

Objeto de la prueba: acreditar desde una perspectiva económica como no se justifican los cambios a la Medida Vigésima Primera del AEPR en virtud de que éste no mantiene ni mantendrá un fuerte posicionamiento en la comercialización de espacios publicitarios en STR.

Valoración: en virtud de que en el Análisis económico denominado Dictamen económico por el doctor [redacted] [redacted] Nombre de persona física, no se aportó elemento suficiente alguno, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 79, 93 fracciones III y VII, 133, 188, 197, 203, 210-A y 217 del CFPC de aplicación supletoria a la LFTR, en términos de su artículo 6, fracción VII; resulte ser insuficiente para acreditar desde una perspectiva económica que no se justifican los cambios a la Medida Vigésima Primera propuesta en el Oficio de Inicio.

⁴⁷ Consultable en: <https://sif2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/168056>

Lo anterior es así, puesto que, si bien la prueba acredita que ha aumentado la inversión en publicidad de medios digitales debido a su capacidad para estar dirigida a audiencias específicas en detrimento de otros medios publicitarios y que, por lo tanto, no le permite afectar las condiciones de competencia y libre concurrencia en radiodifusión, o afectar a terceros en telecomunicaciones y otros sectores, lo cierto es que el objetivo de la modificación a esta medida no es endurecer la regulación hacia el AEPR, sin considerar las tendencias actuales del mercado de publicidad, sino que con la modificación a las medidas impuestas al AEPR, se pretende asegurar que éste no utilice su posicionamiento en el sector de radiodifusión con propósitos anticompetitivos mediante las inserciones publicitarias en sus señales de televisión radiodifundida, así como de asegurar que toda la información que presenta GTV-Televisa sea transparente y veraz, y con ello evitar fallos derivados de la falta de información, debido a la existencia de elementos discrecionales que impiden a los anunciantes conocer las tarifas que efectivamente se aplican en la comercialización de espacios publicitarios.

Prueba 2.

Documental privada consistente en el “Análisis económico y técnico del mercado de publicidad de Nombre de persona moral señalada por los oferentes como **Anexo 2**” en el Escrito de Manifestaciones de GTV-Televisa.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona:

Con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, y las (XI) **Medidas relacionadas con publicidad.**

Objeto de la prueba: acreditar desde una perspectiva económica y técnica las implicaciones que la modificación a las medidas en materia de Publicidad, podrían generar sobre la dinámica de la industria y el bienestar social al generar un deterioro irreversible en las condiciones de competencia del mercado en que opera el AEPR, reduciendo consigo el bienestar de los mexicanos.

Valoración: No se aportó elemento suficiente alguno que administrativamente le diera valor probatorio pleno a la prueba, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 79, 93 fracciones III y VII, 133, 188, 197, 203, 210-A y 217 del CFPC de aplicación supletoria a la LFPA de aplicación supletoria de la LFTR, en términos de su artículo 6, fracción VII; en ese sentido, la prueba resulta ser insuficiente para acreditar que, la modificación a la medida en materia de Publicidad podría generar un deterioro irreversible en las condiciones de competencia del mercado en que opera el AEPR.

Lo anterior es así puesto que la prueba de referencia no acredita los extremos pretendidos por los oferentes, teniendo en cuenta que, el hecho de que el Instituto solicite información no tiene alguna implicación que afecte el mercado, en primer lugar, porque la información que se solicite al AEPR quedará en poder del Instituto con la finalidad de poder comprobar

que las variables que establece GTV-Televisa para calcular sus tarifas no están siendo manipuladas en favor de empresas de su mismo grupo.

En segundo lugar, el AEPR señala que debido al impacto que han tenido los medios digitales en los últimos años, la inversión en publicidad del STR está disminuyendo, por lo que no tiene poder de negociación y realiza una comparación con empresas que no son parte del STR como **Nombres de personas morales**, situación que, si bien es necesario para entender el servicio, no está relacionada con el STR.

Se debe considerar que las medidas están encaminadas a regular la publicidad del STR, y en ningún momento se pretende traspasar este alcance de la regulación, toda vez que, retomando lo que señala en el Anexo 2, el STR es esencial para muchos hogares mexicanos que aún no disponen de Internet, por lo que, en este caso en particular, no les es aplicable la publicidad en medios digitales.

Máxime lo anterior, contrario a lo que argumenta GTV-Televisa, la revisión de la regulación asimétrica reviste un mecanismo que el Instituto implementó dentro del régimen de preponderancia que tiene como finalidad el modificar o suprimir ciertas medidas ya contempladas en la Resolución de Preponderancia, así como, en su caso, adicionar medidas que el Instituto considere necesarias para prevenir posibles afectaciones a la competencia.

Lo anterior, partiendo de la evaluación de impacto de las medidas en términos de competencia, así como de si su planteamiento actual resulta eficaz para alcanzar los propósitos de cada medida.

Prueba 3.

Documental privada consistente en el “Análisis del Ingeniero **Nombre de persona física**”, señalada por los oferentes como “**Anexo 3**” en el Escrito de Manifestaciones de GTV-Televisa.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona: Con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, (IX) Medida relacionada con la oferta de canales de programación. (**Medida Décima Novena**).

Objeto de la prueba: acreditar que con base en un peritaje en radiodifusión y telecomunicaciones, el alcance técnico de la Medida Décima Novena es indebido.

Valoración: en virtud de que no se aportó elemento suficiente alguno que administrativamente le diera valor probatorio pleno, la prueba resulta insuficiente para acreditar que el alcance técnico de la Medida Décima Novena es indebido.

Adicionalmente, la prueba en estudio no se ofreció como prueba pericial, sino como documental, pues no fue anunciada como prueba pericial ni preparada como tal.

Más aún, contrario a lo que manifiestan los oferentes, la adopción de la Medida Décima Novena se encuentra sujeta al ejercicio de la discrecionalidad técnica de la cual es titular el Instituto Federal de Telecomunicaciones, pues en el oficio de inicio, por una parte, se explicó cuál era el objetivo que pretendía cumplir la implementación de la citada Medida; y, por otra, se justificó porqué esa medida se consideraba como el incentivo más idóneo técnica y económicamente para que se cumplan con los fines originalmente buscados mediante la Resolución de Preponderancia, esto es, a través de una serie de consideraciones técnicas, económicas, evidenciando que no se trata de una decisión de carácter irracional, sino coadyuvante para que los participantes del mercado cuenten con mejores condiciones a efecto de que se alcance un mercado competitivo de la televisión radiodifundida.

Asimismo, es de señalar que el objeto de las medidas de canales de programación está enfocado en que los canales de programación que sean licenciados puedan ser adquiridos en condiciones no discriminatorias. Por lo que, el hecho de que en su análisis explique cómo se distribuye la señal, la transmisión de señales de televisión analógica y digital, los canales de programación que se tienen en el país y cómo se trasfiere técnicamente, etc., no es relevante para las medidas y, en consecuencia, para refutar las medidas notificadas en el Oficio de Inicio.

Prueba 4.

Documental (sic) consistente en la sentencia dictada en el Amparo en Revisión 751/2018, de fecha 21 de noviembre de 2019, emitida por la Segunda Sala de la SCJN, la cual es consultable en el siguiente vínculo:

<https://www2.scjn.gob.mx/ConsultaTematica/PaginasPub/DetallePub.aspx?AsuntoID=242541>

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona: Con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (A) Cuestiones procesales y formales, apartado en el que se abordarán los siguientes temas; (II) Ilegalidad del presente procedimiento por imponer Medidas regulatorias adicionales al AEPR sin haber observado los requisitos previstos en el artículo 266 de la LFTR, (III) Incumplimiento a la Medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia, (IV) Violación a la cosa juzgada en su efecto reflejo, (V) Indebida motivación de los Oficios por lo que hace a las consideraciones en torno al sector de radiodifusión que fundamentan la razonabilidad de modificar las Medidas. **(Medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia).**

Objeto de la prueba: acreditar que los actos del Instituto están sujetos al cumplimiento los parámetros normativos que les impone el artículo 266 de la LFTR, que no pueden

imponerse deberes a entidades que no formen parte del Agente Económico Preponderante, ni sobre bienes de los que jurídicamente no puede disponer, y violación a la cosa juzgada.

Valoración: la prueba en análisis es un hecho notorio al poder ser consultada en la liga de Internet señalada por los oferentes, y además tiene valor probatorio pleno de conformidad con lo dispuesto en los artículos 79, 88 y 197 del CFPC de aplicación supletoria a LFTR, de conformidad con su artículo 6, fracción VII, en relación con la tesis de rubro “HECHOS NOTORIOS. LOS TRIBUNALES DE CIRCUITO Y LOS JUZGADOS DE DISTRITO PUEDEN INVOCAR OFICIOSAMENTE, COMO TALES, LOS EXPEDIENTES Y LAS EJECUTORIAS DE AQUÉLLOS COMO MEDIOS DE PRUEBA APTOS PARA DETERMINAR QUE SE ESTÁ EN PRESENCIA DE UN JUICIO DE AMPARO QUE RESULTA NOTORIAMENTE IMPROCEDENTE”, para lo cual se realizó la consulta en el Semanario Judicial de la Federación de la SCJN, en virtud de que el vínculo proporcionado por el oferente no conduce a la sentencia de mérito.

Sin embargo, la prueba resulta ser insuficiente para acreditar lo señalado en el apartado que aducen los oferentes de la prueba, denominado (A) Cuestiones procesales y formales, y temas de; (II) Ilegalidad del procedimiento por imponer Medidas regulatorias adicionales al AEPR, sin haber observado los requisitos previstos en el último párrafo del artículo 266 de la LFTR, (III) Incumplimiento a la Medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia, (IV) Violación a la cosa juzgada en su efecto reflejo, y (V) Indebida motivación de los Oficios de inicio que fundamentan la razonabilidad de modificar las Medidas.

Lo anterior es así puesto que, la ejecutoria de mérito se ciñe al cumplimiento los parámetros normativos que prevé el último párrafo del artículo 266 de la LFTR, y que en entre otras cosas, señala lo siguiente:

“El artículo 266, fracción XXIV, de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión no implica que se habilitó a la autoridad reguladora para imponer libremente al Agente Económico Preponderante en radiodifusión, las medidas que se considerare convenientes para contrarrestar las posibles afectaciones a la competencia, sino que existen las limitaciones legislativas correspondientes, que es precisamente supeditar a la prevención de posibles afectaciones a la competencia, para lo cual se requiere establecer la afectación económica que se pretende corregir e indudablemente la razonabilidad de la medida adicional con relación a dicha afectación.” (...)

“Por consiguiente, el justo alcance de la fracción XXIV del artículo 266 de la Ley Federal de Telecomunicaciones debe ser entendida en el sentido de que resulta indispensable establecer sin lugar a dudas, la afectación económica que se pretende corregir; y, justificar la razonabilidad de la medida adicional con relación a dicha afectación, porque el listado de medidas que el Instituto puede imponer al Agente Económico Preponderante está contenido en el propio precepto citado, y la imposición de medidas adicionales es un caso de

excepción que deriva justamente de la intención de prevenir una afectación a la competencia económica, es decir, busca regular los aspectos que no lograron los fines deseados y explicar por qué se corregiría tal situación.”

Sin embargo, de ningún modo puede sostenerse que el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones incumplió con las exigencias previstas en el último párrafo del artículo 266, de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, pues el dictamen que forma parte de esta resolución, precisa lo siguiente:

- (a) *La posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir.*
- (b) *Razonabilidad de la medida con relación a las posibles afectaciones.*

Prueba 5.

Documental (sic) consistente en la sentencia dictada en el Juicio de Amparo 1161/2017, de fecha 28 de febrero de 2019, emitida por el Juzgado Segundo de Distrito en Materia Administrativa Especializada en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones con residencia en la Ciudad de México y Jurisdicción en toda la República, la cual es consultable en el siguiente vínculo:

http://sise.cjf.gob.mx/SVP/word1.aspx?arch=1302/1302000020707122070.doc_1&sec=Ar ely Mu%C3%B1oz L%C3%B3pez&svp=1

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona:

Con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (A) Cuestiones procesales y formales, apartado en el que se abordarán los siguientes temas: (i) Caducidad e (II) Ilegalidad del presente procedimiento por imponer Medidas regulatorias adicionales al AEPR sin haber observado los requisitos previstos en el artículo 266 de la LFTR, y la **Medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia**.

Objeto de la prueba: acreditar que el presente procedimiento ha operado la caducidad en los términos referidos y que no se (sic) hay conflicto entre lo dispuesto por el artículo 266 de la LFTR y la Medida Trigésima.

Valoración: la prueba en análisis es un hecho notorio al poder ser consultada en la liga de Internet señalada por los oferentes, y además tiene valor probatorio pleno de conformidad con lo dispuesto en los artículos 79, 88 y 197 del CFPC de aplicación supletoria a LFTR, de conformidad con su artículo 6, fracción VII, en relación con la tesis de rubro “HECHOS NOTORIOS. LOS TRIBUNALES DE CIRCUITO Y LOS JUZGADOS DE DISTRITO PUEDEN INVOCAR OFICIOSAMENTE, COMO TALES, LOS EXPEDIENTES Y LAS EJECUTORIAS DE AQUÉLLOS COMO MEDIOS DE PRUEBA APTOS PARA DETERMINAR QUE SE ESTÁ EN PRESENCIA DE UN JUICIO DE AMPARO QUE RESULTA NOTORIAMENTE IMPROCEDENTE”.

Sin embargo, la prueba resulta ser insuficiente para acreditar lo señalado en el apartado que aduce el oferente de la prueba, denominado (A) Cuestiones procesales y formales, y temas de; (II) Ilegalidad del procedimiento por imponer Medidas regulatorias adicionales al AEPR, sin haber observado los requisitos previstos en el último párrafo del artículo 266 de la LFTR.

Lo anterior es así considerando que, la sentencia de mérito señala lo siguiente:

“... la evaluación implica una acción que se despliega con el fin de estimar, apreciar o calcular el valor de algo, en este caso el impacto económico generado por cierta regulación (medidas asimétricas aplicables al preponderante) y en aquélla deben entenderse comprendidas todas las actuaciones tendentes a cumplir ese fin, debe colegirse que la evaluación bial que ocupa nuestra atención inició el seis de abril de dos mil dieciséis, fecha en que fue expedido el Acuerdo que ordenó la consulta pública.”

“En la inteligencia de que la aprobación de esa disposición fue el primer acto que desplegó el Instituto Federal de Telecomunicaciones, tendente a estimar el impacto económico generado por las medidas regulatorias impuestas al preponderante en telecomunicaciones; circunstancia que implica que desde el momento en que fue emitido tal Acuerdo, el órgano constitucional comenzó con la evaluación prevista en las medidas a que se ha hecho referencia”.

Al respecto, lo cierto es que las facultades del Instituto no han caducado puesto que la evaluación de las medidas asimétricas impuestas al AEPR implica distintos momentos y actuaciones por parte de este Instituto encaminados a evaluar el impacto de las medidas regulatorias aplicables al AEPR, facultades que se despliegan en distintos momentos y que tienen distinta naturaleza jurídica.

Resulta pertinente retomar que la naturaleza jurídica de la revisión de medidas asimétricas, que se centra en la posibilidad que el Instituto modifique en sentido amplio el esquema regulatorio impuesto originalmente en la Resolución de Preponderancia siempre que, atendiendo a sus conocimientos técnicos y especializados en la materia, el impacto económico generado por las medidas no hubiera sido suficiente para alcanzar los fines constitucionales perseguidos con la regulación asimétrica.

En ese sentido, la revisión de medidas asimétricas descansa en dos aspectos fundamentales: el primero, la libertad configurativa que el poder reformador confirió al Instituto desde el momento de su creación para diseñar la regulación a través de la cual cumpliría con los fines constitucionales que le fueron encomendados y, el segundo, la competencia originaria que constitucionalmente le fue otorgada al Instituto para crear la regulación asimétrica aplicable al AEPR.

A partir de ello, puede comprenderse que la decisión de llevar a cabo una revisión de medidas, con los tiempos y procedimientos que ello implica, es producto de la facultad discrecional del Instituto para que la regulación asimétrica no sea inamovible en atención al dinamismo de los mercados.

Así, cuando este Instituto aprobó mediante Acuerdo P/IFT/070421/133, la elaboración de una Consulta Pública sobre la efectividad de las medidas impuestas al AEPR por un plazo de 20 días que comenzó el 12 de abril y finalizó el 7 de mayo, ambos de 2021, ello implicó un ejercicio de las facultades regulatorias del propio Instituto, a fin de asegurar la libre competencia y concurrencia en el sector de la radiodifusión, y si bien es cierto que dicha Consulta Pública es parte de la evaluación de medidas impuestas al AEPR, más cierto es que dicho acto, la Consulta Pública, o bien, la Opinión en Materia de Competencia que emite la UCE, así como el Informe Conductual de la UC, no pueden ser considerados como el inicio de un procedimiento administrativo en términos de la LFPA.

Adicionalmente, el procedimiento administrativo en términos de la LFPA, dio inicio con la notificación del oficio de inicio a los integrantes del AEPR.

En este sentido, la evaluación de medidas asimétricas está inserta en la función regulatoria del Instituto, encaminada a monitorear la eficacia del régimen asimétrico aplicable al preponderante en el sector de la radiodifusión con el objeto de que dicha regulación pueda dar cumplimiento al fin que persigue, y dicha materia corresponde a una competencia constitucional, por lo que resulta evidente que no existe caducidad de las facultades de este Instituto para evaluar el impacto de las medidas, máxime que las actuaciones que se llevan a cabo para allegarse de la información correspondiente no resultan en un procedimiento administrativo en términos de la LFPA.

Ahora bien, es importante destacar que durante la presente evaluación de medidas asimétricas impuestas al AEPR, este Instituto emitió una serie de acuerdos de suspensión de plazos, a saber, i) P/IFT/EXT/200320/5⁴⁸, ii) P/IFT/EXT/260320/6⁴⁹, iii) P/IFT/010420/118⁵⁰, iv) P/IFT/EXT/200420/8⁵¹, v) P/IFT/EXT/300420/10⁵², vi)

⁴⁸ Acuerdo publicado en el DOF el 26 de marzo de 2020. Disponible en:
https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5590465&fecha=26/03/2020#gsc.tab=0

⁴⁹ Acuerdo publicado en el DOF el 31 de marzo de 2020. Disponible en:
https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5590787&fecha=31/03/2020#gsc.tab=0

⁵⁰ Acuerdo publicado en el DOF el 07 de abril de 2020. Disponible en:
https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5591276&fecha=07/04/2020#gsc.tab=0

⁵¹ Acuerdo publicado en el DOF el 29 de abril de 2020. Disponible en:
https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5592452&fecha=29/04/2020#gsc.tab=0

⁵² Acuerdo publicado en el DOF el 08 de mayo de 2020. Disponible en:
https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5593076&fecha=08/05/2020#gsc.tab=0

P/IFT/EXT/290520/12⁵³, vii) P/IFT/EXT/290620/20⁵⁴, viii) P/IFT/071020/275⁵⁵ y ix) P/IFT/161220/571⁵⁶, para evitar la propagación del virus SARS-CoV-2, y que tuvieron impacto en el tiempo que tomó allegarse de la información para la evaluación de medidas, sin que ello implique de manera alguna la caducidad para la presente evaluación, pues como se ha establecido, dicha figura no le resulta aplicable a los actos y actuaciones que debe llevar a cabo este Órgano Constitucional Autónomo para obtener la información correspondiente del sector de radiodifusión para determinar la pertinencia de adicionar, modificar o suprimir las medidas asimétricas impuestas al AEPR.

Por lo anterior, no se puede considerar de ninguna manera que opera la caducidad del procedimiento de revisión de medidas, pues dicha revisión se lleva a cabo en ejercicio de las facultades regulatorias establecidas en el texto constitucional, y de la Resolución de Preponderancia, para evitar que se afecte la competencia y libre concurrencia durante el tiempo que exista un agente preponderante, pues la misma revisión de medidas asimétricas se encuentra alineada con la MEDIDA TRIGÉSIMA de dicha resolución.

Finalmente, no se configura la caducidad, en virtud de que la sentencia dictada en el Juicio de Amparo 1161/2017, de fecha 28 de febrero de 2019 emitida por el Juzgado Segundo de Distrito en Materia Administrativa Especializada en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones con residencia en la Ciudad de México y Jurisdicción en toda la República, no desarrolla argumento alguno relacionado con la caducidad del procedimiento, máxime que no existe en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (en lo sucesivo la “**CPEUM**”) ni en la Resolución de Preponderancia, consecuencia alguna por el inicio del procedimiento de la revisión de medidas asimétricas del AEPR en cualquier momento, ni la ejecutoria de mérito consideró alguna sanción o consecuencia jurídica al Instituto, puesto que el Instituto dio cabal cumplimiento a los parámetros normativos que prevé la Medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia.

Prueba 6.

Documental (sic) consistente en la sentencia dictada en el Amparo en Revisión 256/2020, de fecha 19 de mayo de 2021 emitida por la Segunda Sala de la SCJN, la cual es consultable en el siguiente vínculo:

⁵³ Acuerdo publicado en el DOF el 05 de junio de 2020. Disponible en:
https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5594583&fecha=05/06/2020#gsc.tab=0

⁵⁴ Acuerdo publicado en el DOF el 03 de julio de 2020. Disponible en:
https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5596159&fecha=03/07/2020#gsc.tab=0

⁵⁵ Acuerdo publicado en el DOF el 19 de octubre de 2020. Disponible en:
https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5603056&fecha=19/10/2020#gsc.tab=0

⁵⁶ Acuerdo publicado en el DOF el 28 de diciembre de 2020. Disponible en:
https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5608962&fecha=28/12/2020#gsc.tab=0

<https://www2.scjn.gob.mx/ConsultaTematica/PaginasPub/DetallePub.aspx?AsuntoID=271403>

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona:

Con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (A) Cuestiones procesales y formales, apartado en el que se abordarán los siguientes temas: (i) Caducidad e (II) Ilegalidad del presente procedimiento por imponer Medidas regulatorias adicionales al AEPR sin haber observado los requisitos previstos en el artículo 266 de la LFTR y la **Medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia**.

Objeto de la prueba: acreditar que el presente procedimiento ha operado la caducidad en los términos referidos y que no se *(sic)* hay conflicto entre lo dispuesto por el artículo 266 de la LFTR y la Medida Trigésima.

Valoración: la prueba en análisis es un hecho notorio al poder ser consultada en la liga de Internet señalada por los oferentes, y además tiene valor probatorio pleno de conformidad con lo dispuesto en los artículos 79, 88 y 197 del CFPC de aplicación supletoria a LFTR, de conformidad con su artículo 6, fracción VII, en relación con la tesis de rubro “HECHOS NOTORIOS. LOS TRIBUNALES DE CIRCUITO Y LOS JUZGADOS DE DISTRITO PUEDEN INVOCAR OFICIOSAMENTE, COMO TALES, LOS EXPEDIENTES Y LAS EJECUTORIAS DE AQUÉLLOS COMO MEDIOS DE PRUEBA APTOS PARA DETERMINAR QUE SE ESTÁ EN PRESENCIA DE UN JUICIO DE AMPARO QUE RESULTA NOTORIAMENTE IMPROCEDENTE”, para lo cual se realizó la consulta en el Semanario Judicial de la Federación de la SCJN, en virtud de que el vínculo proporcionado por el oferente no conduce a la sentencia de mérito.

Sin embargo, la prueba resulta ser insuficiente para acreditar lo señalado en el apartado que aducen los oferentes de la prueba, denominado (A) Cuestiones procesales y formales, y temas de; (II) Ilegalidad del procedimiento por imponer Medidas regulatorias adicionales al AEPR, sin haber observado los requisitos previstos en el artículo 266 de la LFTR.

Lo anterior es así puesto que, si bien la sentencia de mérito señala entre otras cosas:

“confirma la sentencia recurrida, y la Justicia de la Unión no ampara ni protege a Radiomóvil Dipsa, sociedad anónima de capital variable, en contra de los actos y autoridades referidos en el resultando primero de esta sentencia”.

Lo anterior, en el entendido de que la sentencia dictada en el Juicio de Amparo 1161/2017, de fecha 28 de febrero de 2019 emitida por el Juzgado Segundo de Distrito en Materia Administrativa Especializada en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones con residencia en la Ciudad de México y Jurisdicción en toda la República, quedó firme a través del amparo en revisión 256/2020 de la Segunda Sala de la SCJN, ofrecida por GTV-Televisa como prueba documental.

Adicionalmente, la prueba guarda íntima relación con la ofrecida en el numeral inmediato anterior, por lo que por economía procesal se tienen aquí por reproducidas como si a la letra se insertasen en obvio de repeticiones innecesarias los señalamientos realizados en la prueba 5 como si a la letra se insertasen.

Prueba 7.

Documental (sic) consistente en la sentencia dictada en el Amparo en Revisión 986/2018, de fecha 3 de marzo de 2021, emitida por la Segunda Sala de la SCJN, la cual es consultable en el siguiente vínculo:

<https://www2.scjn.gob.mx/ConsultaTematica/PaginasPub/DetallePub.aspx?AsuntoID=246621>

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona: Con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (A) Cuestiones procesales y formales, apartado en el que se abordarán los siguientes temas: (III) Incumplimiento a la **Medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia**.

Objeto de la prueba: acreditar que fue un caso excepcional que se permitiera al Instituto emitir las declaratorias de preponderancia con base en información que no se encontraba actualizada, y que fuera de este caso de excepción, el Instituto sí está obligado a allegarse de información actualizada y completa al momento de evaluar la eficacia de las Medidas asimétricas impuestas al AEPR.

Valoración: la prueba en análisis es un hecho notorio al poder ser consultada en la liga de Internet señalada por los oferentes, y además tiene valor probatorio pleno de conformidad con lo dispuesto en los artículos 79, 88 y 197 del CFPC de aplicación supletoria a LFTR, de conformidad con su artículo 6, fracción VII, en relación con la tesis de rubro “HECHOS NOTORIOS. LOS TRIBUNALES DE CIRCUITO Y LOS JUZGADOS DE DISTRITO PUEDEN INVOCAR OFICIOSAMENTE, COMO TALES, LOS EXPEDIENTES Y LAS EJECUTORIAS DE AQUÉLLOS COMO MEDIOS DE PRUEBA APTOS PARA DETERMINAR QUE SE ESTÁ EN PRESENCIA DE UN JUICIO DE AMPARO QUE RESULTA NOTORIAMENTE IMPROCEDENTE”, para lo cual se realizó la consulta en el Semanario Judicial de la Federación de la SCJN, en virtud de que el vínculo proporcionado por el oferente no conduce a la sentencia de mérito.

Sin embargo, la prueba resulta ser insuficiente para acreditar lo señalado en el apartado que aducen los oferentes de la prueba, denominado (A) Cuestiones procesales y formales, apartado en el que se abordarán los siguientes temas: (III) Incumplimiento a la Medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia.

Máxime de lo anterior, es que la sentencia de mérito señala entre otras cosas, lo siguiente:

“Por tanto, es razonable que el Instituto Federal de Telecomunicaciones usara la información con que contaba para realizar el análisis respectivo, aunque ella

data de los años 2012 y 2013, pues además de ser representativa de la situación en el sector de telecomunicaciones y solo distanciarse uno o dos años de la fecha de resolución, se apoya en información presentada por la controladora de la quejosa y, además, no consta que en ese momento existiera mejor información disponible que el Instituto Federal de Telecomunicaciones pudiera haber utilizado.”

“Máxime que en ese momento la información de mérito era la única con que contaba, de carácter confiable, que arrojaría el resultado mayormente apegado a la realidad de lo que técnicamente constituye un contenido relevante para la sociedad mexicana, y que la parte quejosa fue omisa en proporcionar algún elemento de convicción, de carácter técnico, que administrado con las manifestaciones que formula, permita a este órgano jurisdiccional determinar que los datos arrojados son incorrectos.”

“Dicha discreción debe ser interpretada como la mejor información disponible sobre la participación nacional en términos de audiencia. Así, el sentido del precepto constitucional referido no implica una obligación para el Instituto Federal de Telecomunicaciones de producir un estudio perfecto, que representara la totalidad del universo de suscriptores de los distintos servicios de telecomunicaciones, sino a utilizar uno razonable en términos del tiempo que el regulador tenía para determinar al agente económico preponderante.”

Mas aún que durante de la presente evaluación de medidas asimétricas impuestas al AEPR, este Instituto emitió una serie de acuerdos de suspensión de plazos, a saber, i) P/IFT/EXT/200320/5⁵⁷, ii) P/IFT/EXT/260320/6⁵⁸, iii) P/IFT/010420/118⁵⁹, iv) P/IFT/EXT/200420/8⁶⁰, v) P/IFT/EXT/300420/10⁶¹, vi) P/IFT/EXT/290520/12⁶², vii) P/IFT/EXT/290620/20⁶³, viii) P/IFT/071020/275⁶⁴ y ix) P/IFT/161220/571⁶⁵, para evitar la

⁵⁷ Acuerdo publicado en el DOF el 26 de marzo de 2020. Disponible en: https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5590465&fecha=26/03/2020#gsc.tab=0

⁵⁸ Acuerdo publicado en el DOF el 31 de marzo de 2020. Disponible en: https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5590787&fecha=31/03/2020#gsc.tab=0

⁵⁹ Acuerdo publicado en el DOF el 07 de abril de 2020. Disponible en: https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5591276&fecha=07/04/2020#gsc.tab=0

⁶⁰ Acuerdo publicado en el DOF el 29 de abril de 2020. Disponible en: https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5592452&fecha=29/04/2020#gsc.tab=0

⁶¹ Acuerdo publicado en el DOF el 08 de mayo de 2020. Disponible en: https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5593076&fecha=08/05/2020#gsc.tab=0

⁶² Acuerdo publicado en el DOF el 05 de junio de 2020. Disponible en: https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5594583&fecha=05/06/2020#gsc.tab=0

⁶³ Acuerdo publicado en el DOF el 03 de julio de 2020. Disponible en: https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5596159&fecha=03/07/2020#gsc.tab=0

⁶⁴ Acuerdo publicado en el DOF el 19 de octubre de 2020. Disponible en: https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5603056&fecha=19/10/2020#gsc.tab=0

⁶⁵ Acuerdo publicado en el DOF el 28 de diciembre de 2020. Disponible en: https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5608962&fecha=28/12/2020#gsc.tab=0

propagación del virus SARS-CoV-2, y que tuvieron impacto en el tiempo que tomó allegarse de la información para la evaluación de medidas, sin que ello implique de manera alguna la desactualización de la información, pues como bien lo señaló la SCJN, la información relacionada con revisión la bienal en análisis opera el caso de excepción.

Adicionalmente, la pandemia declarada por la Organización Mundial de la Salud derivado del brote de Coronavirus o COVID-19, anunciada el 19 de marzo de 2020 por el Consejo de Salubridad del Gobierno Federal como una “enfermedad grave de atención prioritaria”.

Aun cuando la codificación civil mexicana no define lo que es un caso fortuito e incluso le da el mismo tratamiento que a un evento de fuerza mayor, ambas figuras constituyen acontecimientos ajenos a la voluntad de las personas que producen los mismos efectos en tanto que impiden el cumplimiento de obligaciones y, en consecuencia, no pueden ser fuente de responsabilidad (incluso en casos que pueden ser previstos, pero que no se pueden evitar).

La ausencia de una distinción legal entre ambos conceptos dio lugar a criterios judiciales⁶⁶ que los diferencian, dando al concepto de caso fortuito el significado de acontecimientos de la naturaleza y a los de fuerza mayor como conductas (hechos y/u omisiones) del hombre y de la autoridad.

Es por lo anterior, que, la propagación del COVID-19 en México, al mes de marzo de 2020, por sí sola no necesariamente puede considerarse como un evento de caso fortuito que pueda justificar el retraso o incumplimiento de obligaciones; sin embargo, las medidas sanitarias u otras determinaciones gubernamentales que fueron emitidas por el gobierno mexicano o gobiernos extranjeros sí pueden constituir eventos de fuerza mayor.

Es así que el Consejo de Salubridad General, emitió el “ACUERDO por el que se declara como emergencia sanitaria por **causa de fuerza mayor**, a la epidemia de enfermedad generada por el virus SARS-CoV2 (COVID-19), publicado en el Diario oficial de la Federación el 03 de marzo de 2020⁶⁷.

Cabe resaltar que no existe en la CPEUM ni en la Resolución de Preponderancia, consecuencia alguna por el inicio del procedimiento en cualquier momento de la revisión de medidas asimétricas del AEPR, además de que la ejecutoria de mérito no consideró alguna sanción o consecuencia jurídica al Instituto, puesto que el Instituto dio cabal cumplimiento a los parámetros normativos que prevé la Medida Trigésima de la Resolución de preponderancia.

Es así que, dicha revisión de medidas asimétricas se lleva a cabo por disposición expresa de la Resolución de Preponderancia, y que el procedimiento de la revisión de medidas se encuentra alineado con la MEDIDA TRIGÉSIMA de la Resolución de Preponderancia del

⁶⁶ Consultable en el siguiente link: <https://sjf2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/197162>

⁶⁷ Consultable en el siguiente link: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5590745&fecha=30/03/2020#gsc.tab=0

AEPR, por lo tanto, subsiste la presunción legal de que la información utilizada por el organismo constitucional autónomo sí era la más apta.

Finalmente, las consideraciones vertidas en la sentencia dictada en el Amparo en Revisión 986/2018, de fecha 3 de marzo de 2021, emitida por la Segunda Sala de la SCJN, robustecen la presente revisión bienal.

Prueba 8.

Documental (sic) consistente en la sentencia dictada en la Acción de Inconstitucionalidad 95/2021 y su acumulada 105/2021, de fecha 16 de noviembre de 2021 emitida por el Pleno de la SCJN, la cual es consultable en el siguiente vínculo:

<https://www2.scjn.gob.mx/ConsultaTematica/PaginasPub/DetallePub.aspx?AsuntoID=284621>

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona: La presente probanza se relaciona con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, (XI) **Medidas relacionadas con publicidad.**

Objeto de la prueba: acreditar que quedó anulada la Ley para la Transparencia, Prevención y Combate de Prácticas Indevidas en Materia de Contratación de Publicidad.

Valoración: la prueba en análisis es un hecho notorio al poder ser consultada en la liga de Internet señalada por los oferentes, y además tiene valor probatorio pleno de conformidad con lo dispuesto en los artículos 79, 88 y 197 del CFPC de aplicación supletoria a LFTR, de conformidad con su artículo 6, fracción VII, en relación con la tesis de rubro “HECHOS NOTORIOS. LOS TRIBUNALES DE CIRCUITO Y LOS JUZGADOS DE DISTRITO PUEDEN INVOCAR OFICIOSAMENTE, COMO TALES, LOS EXPEDIENTES Y LAS EJECUTORIAS DE AQUÉLLOS COMO MEDIOS DE PRUEBA APTOS PARA DETERMINAR QUE SE ESTÁ EN PRESENCIA DE UN JUICIO DE AMPARO QUE RESULTA NOTORIAMENTE IMPROCEDENTE”, para lo cual se realizó la consulta en el Semanario Judicial de la Federación de la SCJN, en virtud de que el vínculo proporcionado por el oferente no conduce a la sentencia de mérito.

Sin embargo, la prueba resulta ser insuficiente para acreditar lo señalado en el apartado que aduce el oferente de la prueba, denominado (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, (XI) Medidas relacionadas con publicidad.

Lo anterior es así puesto que, la sentencia de mérito señala entre otras cosas, lo siguiente:

“Por escrito recibido el dieciséis de junio de dos mil veintiuno en la Oficina de Certificación Judicial y de Correspondencia de esta Suprema Corte de Justicia

*de la Nación, un grupo de personas que dijeron ser Senadores de la Cámara de Senadores del Congreso de la Unión promovieron acción de inconstitucionalidad en la que solicitaron la invalidez del artículo Décimo Tercero Transitorio del “Decreto por el que se expide la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación y la Ley de Carrera Judicial del Poder Judicial de la Federación; se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Federal de Trabajadores al Servicio del Estado, Reglamentaria del Apartado B) del Artículo 123 Constitucional; la Ley Federal de Defensoría Pública; la Ley de Amparo; la Ley Reglamentaria de las fracciones I y II del artículo 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y del Código Federal de Procedimientos Civiles”, publicado el siete de junio de dos mil veintiuno en el Diario Oficial de la Federación.*⁶⁸

De la sentencia dictada en la Acción de Inconstitucionalidad 95/2021 y su acumulada 105/2021, nada tiene que ver con la “Ley para la Transparencia, Prevención y Combate de Prácticas Indevidas en Materia de Contratación de Publicidad”, por lo que no existe algún nexo que permita establecer su aplicabilidad al caso concreto.⁶⁹

Es así que, se declaró la invalidez del artículo transitorio décimo tercero del “DECRETO por el que se expide la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación y la Ley de Carrera Judicial del Poder Judicial de la Federación; se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado, Reglamentaria del Apartado B) del artículo 123 Constitucional; de la Ley Federal de Defensoría Pública; de la Ley de Amparo, Reglamentaria de los artículos 103 y 107 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; de la Ley Reglamentaria de las fracciones I y II del artículo 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y del Código Federal de Procedimientos Civiles”, publicado en el Diario Oficial de la Federación el siete de junio de dos mil veintiuno, la cual surtirá sus efectos a partir de la notificación de estos puntos resolutivos a las Cámaras de Senadores y de Diputados del Congreso de la Unión, así como al Titular del Poder Ejecutivo Federal.

Adicionalmente, las Medidas relacionadas con publicidad, no se fundamentan en la extinta Ley para la Transparencia, Prevención y Combate de Prácticas Indevidas en Materia de Contratación de Publicidad.

⁶⁸ “Décimo Tercero. Con el fin de implementar la reforma constitucional al Poder Judicial de la Federación publicada en el Diario Oficial de la Federación de 11 de marzo de 2021 y las leyes reglamentarias a las que se refiere el presente Decreto, la persona que a su entrada en vigor ocupe la Presidencia de la Suprema Corte de Justicia de la Nación y del Consejo de la Judicatura Federal durará en ese encargo hasta el 30 de noviembre de 2024. Asimismo, el Consejero de la Judicatura Federal nombrado por el Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación el 1 de diciembre de 2016 concluirá su encargo el 30 de noviembre de 2023; el Consejero de la Judicatura Federal nombrado por el Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación el 24 de febrero de 2019 concluirá sus funciones el 23 de febrero de 2026; el Consejero de la Judicatura Federal nombrado por el Ejecutivo Federal el 18 de noviembre de 2019 concluirá el 17 de noviembre de 2026; las Consejeras de la Judicatura Federal designadas por el Senado de la República el 20 de noviembre de 2019 concluirán su encargo el 19 de noviembre de 2026; y el Consejero de la Judicatura Federal designado por el Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación el 1 de diciembre de 2019 durará en funciones hasta el 30 de noviembre de 2026”.

⁶⁹ Lo anterior, se puede corroborar en la declaratoria de invalidez publicada en el DOF el 22 de diciembre de 2023: [DOF - Diario Oficial de la Federación](#)

Periciales.

Las pruebas periciales admitidas por el Instituto serán valoradas partiendo de que la autoridad goza de la más amplia libertad para analizarlas, determinar su valor y fijar el resultado de dicha valuación, la cual quedará a la prudente apreciación de la autoridad de conformidad con los artículos 197 y 211 del CFPC de aplicación supletoria a la LFTR, de conformidad con su artículo 6, fracción VII.

Prueba 9. Pericial en Economía

CUESTIÓN PREVIA

Previo a valorar sobre las respuestas al cuestionario provistas por el perito de GTV-Televisa en materia de economía, es importante señalar que para que una prueba pericial pueda cumplir su objetivo⁷⁰, las preguntas del cuestionario deben tener relación con el proyecto de medidas impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión y ser tales que sus respuestas permitan a este Pleno del Instituto contar con explicaciones necesarias propias de los hechos que se pretenden probar.

En esa virtud, se estima que el objeto de las preguntas 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 de la pericial en economía no se encuentra relacionado con las medidas referentes a Contenidos y Publicidad propuesta por este Instituto (GTV-Televisa hace referencia a las medidas Décimo Novena, Vigésima Primera y Vigésima Segunda), aun cuando la prueba es valorada, el alcance probatorio de la pericial no es suficiente para desvirtuar la modificación a las medidas propuestas, por lo cual no genera ánimo para demostrar que las condiciones de mercado que se determinaron en su momento al AEPR han cambiado, por las razones que, en síntesis, se exponen en la tabla que a continuación se detalla.

Tabla 3.

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar que las condiciones de mercado que se determinaron en su momento al AEPR han cambiado, toda vez que:
1. Que explique el perito cuál ha sido la evolución de la inversión en publicidad en el servicio de televisión radiodifundida (STR).	No guarda relación con las medidas Vigésima Primera y Vigésima Segunda de manera específica.

⁷⁰ Visible en: <https://sif2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/2012776>

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar que las condiciones de mercado que se determinaron en su momento al AEPR han cambiado, toda vez que:
2. Que explique el perito la importancia en el crecimiento de la inversión en publicidad en medios digitales y las razones para ello.	No guarda relación con las medidas Vigésima Primera y Vigésima Segunda de manera específica.
3. Que explique el perito las razones por las que los diferentes medios publicitarios son complementarios en cantidad y sustitutos en precios.	No guarda relación con las medidas referentes a Publicidad de manera específica.
4. Que explique el perito cómo han evolucionado los ingresos por publicidad del Agente Económico Preponderante en Radiodifusión (AEPR) por tipo de medio.	No guarda relación con las medidas referentes a Publicidad de manera específica.
5. Que explique el perito cuál es la participación del AEPR en el mercado de publicidad y las razones por las que dicha participación no le permite afectar las condiciones de competencia y libre concurrencia en radiodifusión, o afectar a terceros en telecomunicaciones y otros sectores.	No alcanza a responder cuestionamiento planteado, relacionado con las medidas notificadas.
6. Que explique el perito cuál ha sido la tendencia del consumo de contenidos audiovisuales por Internet y el impacto en la comercialización de espacios publicitarios.	No alcanza a responder el cuestionamiento planteado, relacionado con las medidas notificadas.

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar que las condiciones de mercado que se determinaron en su momento al AEPR han cambiado, toda vez que:
7. Que explique el perito, en resumen, las razones por las que el AEPR no mantiene ni mantendrá un fuerte posicionamiento en la comercialización de espacios publicitarios que justifique a la medida de preponderancia Vigésima primera del AEPR.	No alcanza a responder el cuestionamiento planteado, relacionado con las medidas notificadas.

Dictamen pericial en materia de economía, presentado en la oficialía de partes del Instituto el día 13 de noviembre de 2023, registrado con número de folio 030269, rendido por [REDACTED] [REDACTED] Nombre de persona física [REDACTED] perito en economía designado por GTV-Televisa.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona:

Con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (A) Cuestiones procesales y formales, apartado en el que se abordarán los siguientes temas: (V) Indebida motivación de los Oficios por lo que hace a las consideraciones en torno al sector de radiodifusión que fundamentan la razonabilidad de modificar las Medidas; y (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios: (IX) Medida relacionada con la oferta de canales de programación y (XI) Medidas relacionadas con publicidad.

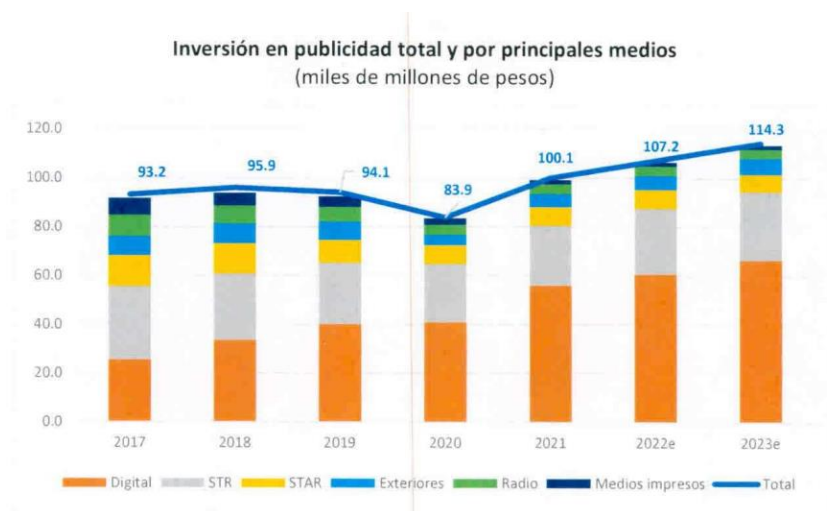
Objeto de la prueba: acreditar que con base en un peritaje económico, (i) las condiciones de mercado que se determinaron en su momento al AEPR han cambiado y que, en las condiciones actuales, dicha condición debería ser reevaluada, (ii) hay un alto incremento en la oferta de contenidos audiovisuales vía streaming, (iii) la modificación de la medida Décima Novena propuesta por ese Instituto en relación con la desagregación por localidades carece de sustento económico y es indebida, (iv) la modificación de las Vigésima Primera y Vigésima Segunda propuestas por ese Instituto en relación con la publicidad no tienen sustento económico y son indebidas.

Por lo que hace a la pregunta contenida en el numeral “1” la cual señala:

1. Que explique el perito cuál ha sido la evolución de la inversión en publicidad en el servicio de televisión radiodifundida (STR).

Respuesta del perito:

En el periodo 2017-2022 la inversión total en publicidad, después de una caída en 2020, se recuperó y siguió creciendo. En ese periodo ésta se incrementó 15.1 por ciento para alcanzar 107.3 miles de millones de pesos; se estima aumentará 6.6 por ciento en 2023. Por su parte, la inversión en publicidad en el Servicio de Televisión Radiodifundida ("STR") en el mismo periodo decreció 10.7 por ciento, si bien se estima crezca 4.2 por ciento en 2023. Como resultado, la participación de la inversión en publicidad del STR cayó en 7.2 puntos porcentuales entre 2017 y 2022 para llegar a 25.0 por ciento, y se estima que su participación disminuya a 24.5 por ciento en 2023. La siguiente gráfica muestra el crecimiento de la inversión en publicidad en medios digitales.



Fuente: Estudio Valor Total Media 2022 para el periodo 2017-2021. Estimación del valor del mercado con base en las proyecciones de crecimiento de eMarketer para 2022 y 2023.

Consideraciones del Instituto:

En relación tanto con la pregunta, así como con la respuesta dada por el perito, debe advertirse que, dada su generalidad, no existe claridad sobre qué parte del Oficio de Inicio se busca controvertir, o bien, qué información se pretende plantear a fin de que se reconsideren los planteamientos de las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas.

Adicionalmente, la oferente no señaló cuáles son las conclusiones del perito que demostraban sus manifestaciones, cuáles son las constancias y elementos de prueba que no fueron atendidos por el Instituto y que debieron administrarse con el dictamen del especialista para darle el valor probatorio que a su juicio merecía, qué información de la evaluación técnica fue examinada de manera limitada y aislada, y con cual debió complementarse para realizar una calificación correcta de la respectiva prueba pericial; sobre todo si se considera que las manifestaciones de GTV-Televisa, deben estar dirigidos

a reconsiderar la propuesta de medidas, en el caso particular de la pericial en economía de la Medida Décima Novena, Vigésima Primera y Vigésima Segunda.

Por lo que hace a la pregunta contenida en el numeral “2” la cual señala:

2. Que explique el perito la importancia en el crecimiento de la inversión en publicidad en medios digitales y las razones para ello.

Respuesta del perito:

Con el avance en la tecnología de las telecomunicaciones, las estrategias de publicidad se han modificado principalmente a través del uso creciente de los medios digitales en detrimento del resto de los otros medios publicitarios. Esto les ha permitido a los anunciantes reducir costos, aumentar la cobertura, segmentar de mejor manera las audiencias, y llegar a ellas más rápido y en tiempo real. Además, con ello se ha generado una gran competencia entre los medios publicitarios para la transmisión de la publicidad. El cambio tan drástico en las estrategias de sustitución de medios de publicidad no responde a una simple tendencia incremental, sino a razones de transformación profunda del panorama de los medios a nivel global.

El creciente uso de la publicidad en medios digitales se explica por su capacidad para estar dirigida a audiencias específicas. Para ello se utilizan “tecnologías que permiten el seguimiento e identificación de usuarios a través de Internet, facilita que la Publicidad se focalice en un usuario (o audiencia específica) que ha mostrado interés por el producto o servicio del Anunciante o cuyas características socioeconómicas y demográficas son de interés para un Anunciante. De esta manera se maximiza la promoción de productos y servicios ya que los anunciantes pueden llegar específicamente a ciertas audiencias.

La caída en términos absolutos de la inversión en publicidad del STR, así como su menor participación en el total, obedece al dinamismo de la relacionada con medios digitales. Esta última aumentó 138.4 por ciento en el periodo 2017-2022 para alcanzar 60.8 miles de millones de pesos.

Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales

Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales

El incremento en la inversión en medios digitales es una tendencia mundial como lo muestran los datos de un grupo de países seleccionados para 2021; entre éstos, México es el segundo con mayor incremento en la participación de este medio desde 2017 con 29 puntos porcentuales.

Inversión en publicidad en medios digitales
(participación porcentual y puntos porcentuales)

	2017 (%)	2022 (%)	Diferencia puntos porcentuales
China	60	80	20
Reino Unido	59	77	18
Estados Unidos	43	69	26
México	27	56	29
Brasil	28	53	25
Colombia	17	52	35
España	28	46	18

Fuente: IAB México, CiM, AVE y AIMX, 2022, Estudio valor total media.

Todo lo anterior deja en evidencia la disminución de la importancia del STR en la comercialización de espacios de publicidad y la fuerte y creciente competencia que enfrenta de otros medios, en particular los digitales.

Consideraciones del Instituto:

En relación con la pregunta y respuesta dada por el perito, no se advierte que la explicación referente al crecimiento de la inversión en publicidad de medios digitales sea decisiva ni suficiente para no implementar los cambios a las medidas de publicidad del STR.

Es decir, que no se advierte la parte del Oficio de Inicio que se busca controvertir, a fin de que se reconsideren los planteamientos de las medidas notificadas, ya que el hecho de que aumente la publicidad en medios digitales, no implica que, se debe dejar de regular la publicidad en el STR.

Adicionalmente, en la respuesta presentada el perito no señaló cuáles son las conclusiones que demuestren cuáles son las constancias y elementos de prueba que no fueron atendidos por el Instituto y que debieron administrarse con el dictamen del especialista para darle el valor probatorio que a su juicio del Instituto merecía.

En relación con la pregunta número “3”, señala:

3. Que explique el perito las razones por las que los diferentes medios publicitarios son complementarios en cantidad y sustitutos en precios.

Respuesta del perito:

Desde el punto de vista de competencia económica, los diferentes medios de publicidad son complementarios. Esta complementariedad entre productos (los distintos medios de publicidad) es congruente con las llamadas economías de gama o enfoque. En este caso, las economías de gama se refieren a la eficiencia de la inversión en publicidad asociada al uso de más de un medio para llegar a las audiencias. Es en este sentido que los diversos medios son complementarios entre sí, en cantidad.

La complementariedad de los diferentes medios se manifiesta en la utilización por las empresas de sofisticados sistemas de inversión publicitaria conocidos como optimizadores. Éstos permiten hacer más eficientes los paquetes de medios y lograr alcanzar al público objetivo de cada anunciante para incrementar las ventas. Los optimizadores representan la más alta expresión de la tecnología en los medios de publicidad, cuyo objetivo es simplificar la selección de su uso ante la creciente complejidad para evaluar de forma comparativa las opciones de inversión. Con la utilización de software, los optimizadores intercambian indistintamente los medios para transmitir la publicidad dependiendo de una serie de elementos multifactoriales, incluyendo monto disponible para invertir, tiempo de las campañas y los objetivos buscados en cada una, entre otros. Los anunciantes aumentan así la efectividad y el alcance de su publicidad transmitiendo sus anuncios a través de

medios distintos. En otras palabras, aumentan la probabilidad de que los consumidores potenciales reciban los anuncios transmitiendo la publicidad en medios, horarios y tipos de contenido distintos.

Sin embargo, la complementariedad de los distintos medios de publicidad en términos de cantidad no excluye su sustituibilidad en precio. Es decir, si el precio de la publicidad de un medio aumenta, entonces los anunciantes diseñarían paquetes publicitarios que redujeran el uso de ese medio y aumentarán el de otros. En este caso, el aumento en el precio de la publicidad causaría que la demanda de los espacios publicitarios en otros medios aumentara. En este sentido se trata productos sustitutos en precio, ya que la elasticidad cruzada de la demanda entre ellos es positiva, y que los distintos medios de publicidad compiten entre ellos en todo momento. Es decir, los distintos medios de publicidad compiten ferozmente en precios, a pesar de que sean complementarios en cantidad.

El razonamiento anterior es relevante dado que el AEPR participa en la venta de espacios publicitarios junto con muchos otros agentes. En el mercado de publicidad el AEPR participa en el STR, servicio de televisión y audio restringidos (STAR) y medios digitales. El objetivo de las medidas de preponderancia relacionadas con la comercialización de publicidad tienen el objetivo que no se afecten las condiciones de competencia y libre concurrencia en el sector de radiodifusión o se favorezca indebidamente a empresas que lo integran en perjuicio de terceros. De hecho, la sola participación de diversos agentes económicos en la comercialización de publicidad previene que esto suceda. Como lo sostiene el IFT en un estudio, las actividades de la publicidad en lo que éste define como medios tradicionales, incluso el STR, inciden en las condiciones de competencia de los medios digitales y viceversa. El argumento se puede llevar más allá para sostener simplemente que todos los medios de publicidad compiten entre sí por llegar a las audiencias.

Es claro en la comercialización de espacios de publicidad que los medios digitales están ejerciendo una gran presión competitiva sobre el resto de los otros medios, inclusive el STR, dada su creciente participación de mercado y que los diferentes medios son sustitutos en precios.

Consideraciones del Instituto:

La pregunta y, por ende, la respuesta dada por el perito no está encaminada a refutar lo señalado en el Oficio de Inicio, y por lo tanto la información presentada no se encuentra relacionada con los planteamientos de las medidas notificadas.

Si bien el Instituto conoce los cambios en las tendencias mundiales respecto a los medios publicitarios, los argumentos vertidos por el perito no señalan ninguna conclusión que permita encaminar las medidas hacia un nuevo planteamiento. Lo anterior, en virtud de que, de conformidad con el Análisis en Materia de Competencia el STR sigue siendo el

medio más utilizado para ver canales de televisión y los contenidos del STR son muy atractivos, incluso para los usuarios del STAR⁷¹.

La pregunta “4” señala lo siguiente:

4. Que explique el perito cómo han evolucionado los ingresos por publicidad del Agente Económico Preponderante en Radiodifusión (AEPR) por tipo de medio.

Respuesta del perito:

Los ingresos totales por publicidad del AEPR pasaron de Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral en términos nominales, lo que representa una disminución de . El AEPR estima que sus ingresos por este concepto alcanzarán , esto es un incremento de . En el caso particular de este tipo de ingresos por el STR, éstos pasaron de , lo que representa , menor a la tasa de inflación.

Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales

En términos de participación de los diferentes medios en el total de ingresos de publicidad del

Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales

⁷¹ Análisis en Materia de Competencia, página 81.

Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales

Consideraciones del Instituto:

No se advierte que la explicación referente a la evolución de los ingresos por publicidad del AEPR aporte mayores datos que puedan estar directamente relacionados con que no se deban modificar las medidas y por el que se deba replantear un cambio, o bien, deban quedar sin cambios las medidas debido a que, como lo señala el AEPR, sean cargas adicionales para ellos.

Asimismo, es de resaltar que como lo señala en las gráficas, sin bien los ingresos de medios digitales está en crecimiento, los ingresos por publicidad en el STR representan entre el 80% y 90% de los ingresos totales, porcentaje bastante representativo.

Respecto a la pregunta del numeral "5":

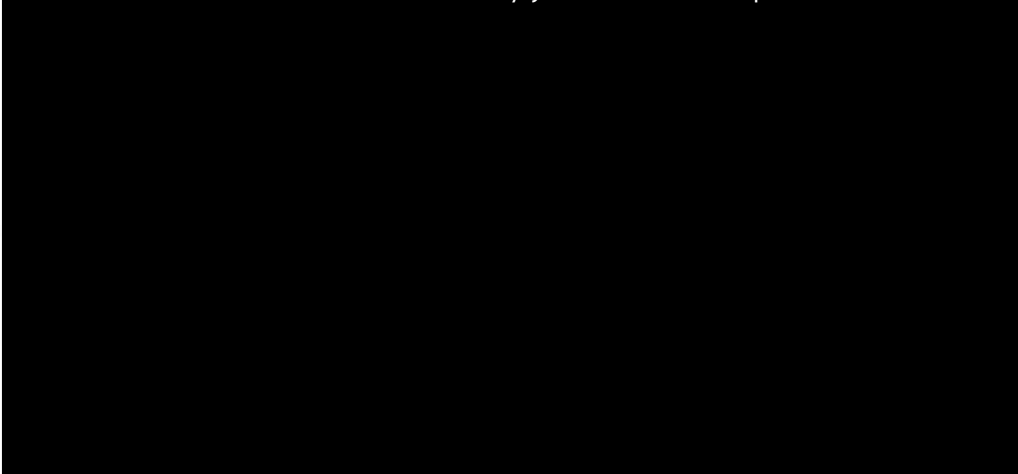
5. Que explique el perito cuál es la participación del AEPR en el mercado de publicidad y las razones por las que dicha participación no le permite afectar las condiciones de competencia y libre concurrencia en radiodifusión, o afectar a terceros en telecomunicaciones y otros sectores.

Respuesta del perito:

Los ingresos por publicidad del AEPR en el STR del total de ese servicio representaron

Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales

Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales



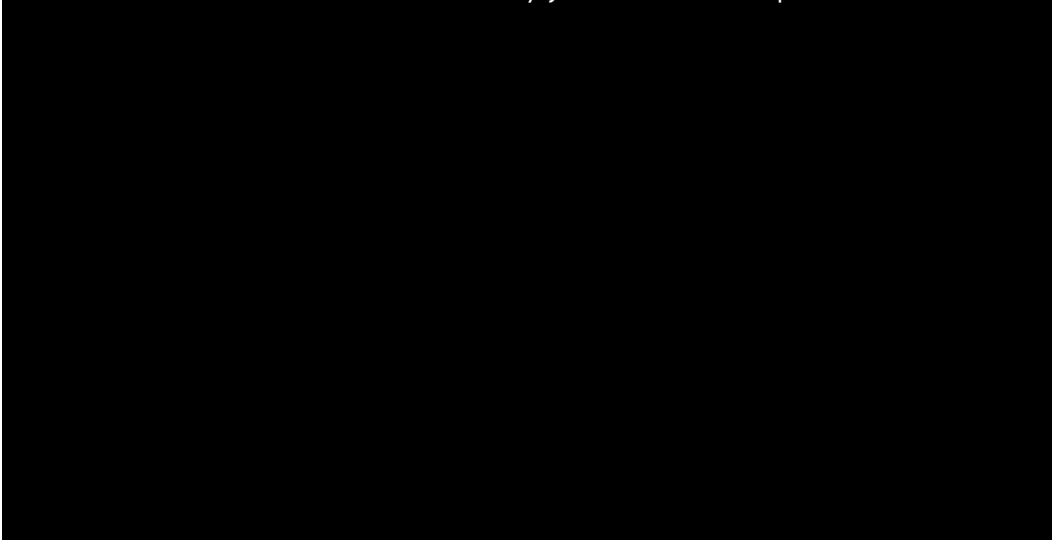
Sin embargo; lo más relevante es que la participación del AEPR en la comercialización de espacios publicitarios total se mantuvo en niveles bajos y decrecientes entre 2017 y 2022. Esta participación . Si se toman como referencia sólo los ingresos de publicidad de AEPR en el STR, 



Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales



Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales



Este nivel de participación del AEPR en la comercialización de publicidad no le permite afectar las condiciones de competencia y libre concurrencia en el sector de radiodifusión o

favorecer indebidamente a empresas que lo integran en perjuicio de terceros, incluyendo en el sector de telecomunicaciones. Como referencia, la participación de Meta en la publicidad en línea en México en 2021 fue de 45.58 por ciento de acuerdo con el IFT, lo que representaría una participación en la inversión total en publicidad 25.6 por ciento, significativamente más alta que la del AEPR.

Consideraciones del Instituto:

De la respuesta otorgada, se advierte que la información presentada no contiene conclusiones que demuestren cuáles son los hechos por los cuales se justifique que la participación del AEPR en el mercado de publicidad no le permite afectar las condiciones de competencia y libre concurrencia en radiodifusión, o afectar a terceros en telecomunicaciones y otros sectores.

Lo anterior, toda vez que la misma respuesta señala que el nivel de ingresos por publicidad se mantuvo estable en 2023 respecto a 2022. El hecho de que la inversión sea estable es un indicio de que el sector sigue manteniendo su posicionamiento, ya que no se observa una caída representativa en la inversión, por el contrario, como bien lo señala el perito, se mantuvo constante en 2022 y 2023.

Por lo anterior, tanto la pregunta como la respuesta no encuentra funcionalidad para detectar cual es la propuesta a fin de que se reconsideren los planteamientos de las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas.

En relación con la pregunta “6”, señala lo siguiente:

6. Que explique el perito cuál ha sido la tendencia del consumo de contenidos audiovisuales por Internet y el impacto en la comercialización de espacios publicitarios.

Respuesta del perito:

No puede obviarse el hecho de que los proveedores del STR en general y el AEPR en particular, han estado enfrentando una gran competencia en el consumo de contenidos audiovisuales a través de otras plataformas, especialmente a través de Internet, y por lo tanto por los ingresos por concepto de publicidad. Una evidencia de lo anterior es el crecimiento de las personas que consumen contenidos audiovisuales por Internet en México, que pasó de 43 por ciento a 53 por ciento entre 2017 y 2022 de acuerdo con la Encuesta Nacional de Consumos Audiovisuales del IFT para esos dos años. De acuerdo con la Encuesta, las plataformas más utilizadas para consumir contenidos de video en Internet por porcentaje son las siguientes: YouTube 73 por ciento; Netflix 46 por ciento; Facebook / Facebook live 24 por ciento; Tiktok 23 por ciento; Disney+ 11 por ciento; y Amazon Prime video 8 por ciento.

Además, en un estudio reciente se indica que alrededor de 35 millones de mexicanos mayores de 18 años están consumiendo crecientemente video en línea través de televisión conectada (CTV, por sus siglas en inglés), lo que lo hace un medio cada vez más atractivo para ofertar de productos y servicios. Esto se refleja en el hecho de que plataformas como Netflix, HBO Max, Disney+ y, a partir de 2024 Prime Video, estén ofreciendo suscripciones con descuento por mostrar anuncios. A esto hay que agregar los contenidos audiovisuales gratuitos en plataformas como YouTube y las páginas en línea cuya principal fuente de ingresos es la publicidad.

Consideraciones del Instituto:

La pregunta y la respuesta dada por el perito no proporcionan elementos para estar en posibilidad de entender la visión del AEPR en relación con que los cambios a la medida afecten al preponderante, ya que no presenta información relacionada con publicidad del STR, que es el servicio que nos ocupa.

La pregunta y respuesta están enfocadas únicamente al crecimiento de la publicidad en los medios digitales y de video en línea través de televisión conectada, sin relacionar o presentar información referente a la publicidad a través del STR.

Por lo anterior, dada su generalidad, no existe claridad sobre qué parte del Oficio de Inicio se busca controvertir, o bien, qué información se pretende plantear a fin de que se reconsideren los planteamientos de las medidas notificadas.

La pregunta en el numeral “7” señala:

7. Que explique el perito, en resumen, las razones por las que el AEPR no mantiene ni mantendrá un fuerte posicionamiento en la comercialización de espacios publicitarios que justifique a la medida de preponderancia Vigésima primera del AEPR.

Respuesta del perito:

En resumen, las razones por las que el AEPR no mantiene ni mantendrá un fuerte posicionamiento en la comercialización de espacios publicitarios que justifique la medida de preponderancia Vigésima primera son las siguientes: a) la participación del AEPR en el STR se está reduciendo, b) con el avance de las telecomunicaciones y la tecnología, las estrategias de publicidad han estado haciendo un uso creciente de los medios digitales en detrimento del resto de los otros medios, c) la participación de la inversión en publicidad en el STR se está reduciendo, lo que es una tendencia mundial, d) los diferentes medios de publicidad son complementarios en cantidad pero fuertes sustitutos en precio, e) las actividades de la publicidad en lo que el IFT denomina medios tradicionales inciden en las condiciones de competencia de los medios digitales y viceversa, f) los ingresos totales de publicidad del AEPR se mantienen estables en términos nominales pero decrecientes en reales; y g) la participación del AEPR en la comercialización de espacios publicitarios es baja y muestra una tendencia decreciente, lo no le permite afectar las condiciones de

competencia y libre concurrencia en radiodifusión, o afectar a terceros en telecomunicaciones y otros sectores.

Consideraciones del Instituto:

La respuesta presentada en esta pregunta carece de argumentos que se relacionen con las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas en el Oficio de Inicio, pues únicamente enlista los elementos que se señalaron en las preguntas de los numerales anteriores del dictamen pericial en materia de economía, los cuales, como se han analizado, no han aportado elementos fehacientes y lo suficientemente fuertes para reconsiderar los planteamientos de las medidas notificadas. Asimismo, es de señalar que la participación del AEPR en el STR (en términos rating e ingresos en la publicidad) se mantuvo estable en de 2017 a 2022 y en niveles por encima de 60%.

Sobre la pregunta del numeral “8”:

8. Que explique el perito cuál es el propósito de la medida Décima Novena de la Resolución de Preponderancia y cómo contribuye la provisión de canales de programación de manera desagregada a lograr dicho propósito.

Respuesta del perito:

El propósito de la medida Décima Novena de la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión es que el AEPR ofrezca sus canales de programación a terceros y para plataformas distintas al servicio de televisión radiodifundida (STR), como el Servicio de Televisión y Audio Restringidos u OTT (por sus siglas en inglés, *over-the-top*) de forma no discriminatoria y desempaquetada por localidad. Es decir, el primer párrafo de la medida obliga al AEPR a ofrecer sus canales de programación a terceros en los mismos términos y condiciones que los que ofrece a sus filiales o subsidiarias para alguna plataforma tecnológica distinta al STR, lo anterior, independientemente de la localidad donde se ofrezcan los canales. El segundo párrafo complementa al primero al establecer que si el AEPR ofrece dos o más canales de programación, los debe ofrecer también de manera individual al tercero que se lo solicita.

El origen de la desagregación de canales es el no forzar a los contratantes de dichos canales a adquirir un paquete para su conjunto de clientes, independientemente de la localidad donde se encuentren. Por tanto, no se justifica la desagregación por localidad.

Consideraciones del Instituto:

El propósito de la medida Décima Novena, de conformidad con lo señalado en la Resolución de Preponderancia, es que el AEPR no se aproveche de su posición dominante en el sector, utilizando las señales que posee y que son susceptibles de ser radiodifundidas, a efecto de crear ventajas exclusivas para sí mismo o que generen el desplazamiento de otros competidores creando una afectación a la competencia. De esta

forma se observa que, por un lado, la respuesta del perito no es acorde a lo señalado en la Resolución de Preponderancia y, por otra, no tiene sustento para refutar las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas en el Oficio de Inicio.

La pregunta en el numeral “9” señala:

9. Que explique el perito si es correcto decir que el nivel de desagregación geográfico es el que permite adecuar las ofertas programáticas a las preferencias de los usuarios finales.

Respuesta del perito:

La desagregación de canales a nivel de localidad para beneficiar a los usuarios finales carece de sustento en virtud de que los canales del AEPR a desagregar geográficamente son de carácter “nacional” por lo que no tiene sentido hacerlo por localidad.

Llevando al extremo el argumento de desagregar los canales a nivel de localidad para beneficiar a los usuarios finales, esto significaría que el nivel de desagregación más propicio para adecuarse a las preferencias del consumidor es ofrecer desagregación por suscriptor y emigrar a un contenido “a la carta” tipo pago por evento. Obviamente, esto implicaría un significativo encarecimiento del servicio de televisión de paga ya que el consumidor final perdería el acceso a las fuertes economías de escala que se derivan de la conformación de paquetes de programación y de su distribución.

Una oferta totalmente desagregada por hogar elevaría el costo para todos y cada uno de los suscriptores. En efecto, el consumidor se beneficia de las economías de escalas derivadas de la venta regional en forma empaquetada y del precio único para todos los suscriptores. El precio ofrecido por los canales abiertos depende del número de posibles televidentes que generan ingresos publicitarios: a mayor número de televidentes por región de cobertura, menores el precio. El precio también depende de la disposición a pagar de los suscriptores: a mayores beneficios de tener acceso a un canal, mayor precio. La imposibilidad de conocer las preferencias reveladas de cada uno de los suscriptores, así como de la agregación de ellos en un hogar, lleva a ofrecer canales de manera empaquetada a un precio más asequible para todos para los suscriptores de un proveedor. Tener una base de suscriptores mucho más amplia y no para cada localidad, permite ofrecer el servicio a todas a un precio mucho más asequible.

Consideraciones del Instituto:

El objeto de las medidas relacionadas con la oferta de canales de programación es dar claridad respecto al término desagregado así como tener certeza respecto a los términos y condiciones en la que los canales de programación son ofrecidos, por lo que la respuesta a la pregunta de GTV-Televisa, se toma en consideración para el análisis de la Medida correspondiente, en virtud de que dichas modificaciones están enfocadas a que la desagregación de los Canales de Programación se den a nivel localidad, permitiendo que

tengan el alcance deseado, dado que en el Análisis en Materia de Competencia se advierte que la adquisición de canales en forma desagregada ha sido muy limitada, además de que la medida no precisa el alcance de la obligación de ofrecer Canales de Programación de forma desagregada, es decir, si los concesionarios del STAR podrían solicitar acceso a señales del STR a nivel de localidad para retransmitirlas únicamente en aquellas localidades (“zona de sombra”) donde no tienen acceso a los canales del AEPR mediante las obligaciones de acceso y retransmisión.

La pregunta “10” del dictamen pericial señalado, dice lo siguiente:

10. Que explique el perito cuáles son las limitaciones económicas y tecnológicas que impiden que se desagregan las señales a un nivel de división política específica (localidades).

Respuesta del perito:

El empaquetamiento geográfico está también sujeto a fuertes economías de escala producto de su forma de distribución por medio de servicios de satélite. Los canales de programación se envían a nivel nacional el AEPR por satélite para transmitirse desde y hacia la cabecera en una red HFC (*Hybrid Fiber Coaxial*) para su distribución. Dicha cabecera de red no corresponde a la división por localidades que exige la medida de preponderancia; la cabecera en una red HFC puede abarcar más de una localidad.

Consideraciones del Instituto:

En relación tanto con la pregunta, así como con la respuesta dada por el perito, se advierte que, la desagregación de las señales a un nivel de división política implica ciertas limitantes que se tomarán en cuenta para reconsiderar los planteamientos de las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas. Por otro lado, se advierte que la oferente no señaló cuáles son las conclusiones del perito que demostraban sus manifestaciones.

Prueba 10. Pericial en Radiodifusión y Telecomunicaciones

CUESTIÓN PREVIA

Previo a valorar sobre las respuestas al cuestionario provistas por el perito de GTV-Televisa en materia de radiodifusión y telecomunicaciones, es importante señalar que para que una prueba pericial pueda cumplir su objetivo, las preguntas del cuestionario deben tener relación con el proyecto de medidas impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión y ser tales que sus respuestas permitan a este Pleno del Instituto contar con explicaciones necesarias propias de los hechos que se pretenden probar.

En esa virtud, se estima que el objeto de las preguntas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10 de la pericial en materia de radiodifusión y telecomunicaciones no se encuentra relacionado con la modificación de las medidas referentes con la compartición de infraestructura; y con la oferta de canales de programación propuesta por este Instituto, aun cuando la prueba es valorada, el alcance probatorio de la pericial no es suficiente para desvirtuar la medida propuesta, por lo cual no genera ánimo para demostrar el objeto de esta probanza, en síntesis, se exponen en la tabla que a continuación se detalla.

Tabla 4.

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar el procedimiento que se lleva a cabo para la distribución de canales de programación a concesionarios de radiodifusión y concesionarios de televisión restringida, así como las características y capacidad satelital necesarios para ello, toda vez que:
1. Que explique el perito que es una señal de televisión radiodifundida.	No se asocia específicamente a que modificación de las medidas pretende refutar, en su objeto de la prueba lo describe de forma genérica.
2. Que explique el perito que es un canal de programación.	No se asocia específicamente a que modificación de las medidas pretende refutar, en su objeto de la prueba lo describe de forma genérica.
3. Que explique el perito qué se entiende por transmisión vía satélite de una señal de televisión radiodifundida.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.
4. Que explique el perito cómo se lleva a cabo el proceso de transmisión vía satélite de una señal de televisión radiodifundida y que infraestructura requiere.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar el procedimiento que se lleva a cabo para la distribución de canales de programación a concesionarios de radiodifusión y concesionarios de televisión restringida, así como las características y capacidad satelital necesarios para ello, toda vez que:
5. Que explique el perito qué es la tasa de transferencia para transmitir una señal de televisión radiodifundida vía satélite y cuáles son las tasas que normalmente se utilizan.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.
6. Que indique el perito cuántas señales de televisión radiodifundida se pueden retransmitir en un transpondedor, especificando, cuántas señales en definición estándar y cuántas en alta definición.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.
7. Que diga el perito cuántas señales con contenido programático denominado “Las Estrellas”, “Foro TV”, “Canal 5” y “un9ve” son radiodifundidas a lo largo de la República Mexicana y excluyendo aquellas radiodifundidas dentro del área de servicio de la Ciudad de México.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.
8. Que explique el perito la tecnología por medio de la cual ofrece a los interesados la “Oferta de canales de programación” Grupo Televisa.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.
9. Que indique el perito que canales de programación radiodifundidos ofrece Grupo Televisa en la “Oferta de canales de programación” a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o terceros.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar el procedimiento que se lleva a cabo para la distribución de canales de programación a concesionarios de radiodifusión y concesionarios de televisión restringida, así como las características y capacidad satelital necesarios para ello, toda vez que:
10. Que explique el perito que implicaciones técnicas y económicas respecto al equipamiento y capacidad satelital que se requerirían para proporcionar la “Oferta de canales de programación” de forma desagregada a nivel localidad en todo el país.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.

Dictamen pericial en materia de Radiodifusión y Telecomunicaciones, presentado en la oficialía de partes del Instituto el día 24 de noviembre de 2023, registrado con número de folio 031035, rendido por Nombre de persona física perito en Radiodifusión y Telecomunicaciones designado por GTV-Televisa.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona: La presente probanza se relaciona con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, (VII) **Medidas relacionadas con la compartición de infraestructura;** y (IX) **Medida relacionada con la oferta de canales de programación.**

Objeto de la prueba: acreditar el procedimiento que se lleva a cabo para la distribución de canales de programación a concesionarios de radiodifusión y concesionarios de televisión restringida, así como las características y capacidad satelital necesarios para ello.

Por lo que hace a la pregunta contenida en el numeral “1”, la cual señala.

1. Que explique el perito qué es una señal de televisión radiodifundida.

Repuesta del perito:

Señal es la “variación de una corriente eléctrica u otra magnitud que se utiliza para transmitir información”.

Por otra parte, Televisión es el “Sistema de telecomunicación que permite la transmisión de imágenes no permanentes de objetos fijos o móviles”.

En este sentido, la señal de televisión es la variación de una corriente eléctrica u otra magnitud, para poder transmitir información de imágenes no permanentes (video acompañado de audio asociado) a distancia.

Cabe mencionar, que existen diferentes estándares desarrollados en el mundo con sus características particulares para la transmisión de señales de televisión. En cuanto a la transmisión de señales de televisión analógica, se tienen diversos estándares de transmisión entre los que se encuentran el NTSC (en español Comité Nacional de Sistema de Televisión), PAL (en español Línea de Fase Alternada) y SECAM (En español Color Secuencial con Memoria), los cuales se continúan utilizando en los países que no han transitado a la TDT (Televisión Digital terrestre).

Asimismo, con la transición de la televisión analógica a la digital, se desarrollaron nuevos estándares tales como el ATSC (en español Comité de Sistemas de Televisión Avanzada), DVB (en español Radiodifusión de Video Digital) e ISDB (Radiodifusión Digital de Servicios Integrados), en los cuales el procesamiento de la señal cambia radicalmente y por lo tanto, ya no se requiere de la transmisión de las señales portadoras de la información de video, audio y color como en el caso de los sistemas analógico, y en su lugar se transmite una sola portadora que contiene un *Bitstream* (en español Flujo de bits), que contiene información, que para el caso de servicio de televisión, pueden ser una o varios contenidos programáticos e información adicional.

Es de precisar, que en el caso del estándar ATSC adoptado en nuestro país para el servicio de Televisión Digital Terrestre (TDT), el canal de transmisión tiene un ancho de banda de 6 MHz.

Por otra parte, es importante diferenciar entre señal de televisión y contenido programático. Como ya se mencionó, señal es la “variación de una corriente eléctrica u otra magnitud que se utiliza para transmitir información en un canal”; mientras que el contenido es el “video y audio asociado de imágenes no permanentes de objetos fijos o móviles”.

Consideraciones del Instituto:

En virtud de la pregunta y, en consecuencia, de la respuesta presentada por el perito, lo señalado en la respuesta no aporta elementos suficientes para refutar lo señalado en el Oficio de Inicio, en virtud de que no aporta información que contraría lo señalado por el Instituto, pues el perito describe conceptos que ya se encuentran definidos en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, particularmente el perito señaló que el concepto de “Señal” fue tomado de la Real Academia Española (RAE) mientras que el de “Televisión” fue tomado del Reglamento de Radiocomunicaciones de la UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones).

Ahora bien, como se mencionó anteriormente, la respuesta del perito, tanto a lo que se refiere a la definición de televisión como los demás señalamientos incluidos, no aportan elementos necesarios para refutar lo señalado en el Oficio de Inicio, ya que dicha

información no está directamente relacionada con la modificación a la medida, por lo que no se entiende que es lo que la respuesta pretende alegar.

En relación con la pregunta número “2”, menciona:

Respuesta del perito:

2. Que explique el perito qué es un canal de programación.

Un Canal de Programación es una “Organización secuencial en el tiempo de contenidos audiovisuales, puesta a disposición de la audiencia, bajo la responsabilidad de una misma persona, dotada de identidad e imagen propias y que es susceptible de distribuirse a través de un Canal de Transmisión”.

En este sentido, son los contenidos programáticos de audio o audio y video asociado difundidos por medio de un canal de transmisión en las bandas de frecuencias atribuidas al servicio de radiodifusión.

Cabe señalar que, la Resolución de Preponderancia identificada con el número P/IFT/EXT/060314/77. Emitida por el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, en su sesión de fecha 6 de marzo de 2014, da la definición y alcance para la interpretación de las condiciones ahí impuestas de canal de programación, que se define como sigue;

“Canal de Programación. Secuencia continua de programación de audio y video asociado cuyo contenido sea radiodifundido o coincida en más de un 50% con el radiodifundido entre las 6 y las 24 horas en el mismo día”

Resolución que tuve a la vista y consulté en el portal de ese Instituto. En la siguiente línea electrónica https://www.ift.org.mx/sites/default/files/p_ift_ext_060314_77.pdf

Consideraciones del Instituto:

La respuesta del perito se basa en una definición del propio Instituto establecida en las medidas de preponderancia. Sin embargo, si bien es cierto que el dictamen pericial menciona que tiene relación con los argumentos realizados por GTV- Televisa al Oficio de Inicio, lo cierto es que no se especifica la relación que tienen tanto la pregunta como la respuesta del perito a la modificación de las medidas establecidas notificadas al AEPR, por lo que no aporta elementos que sean útiles para refutar lo señalado en el Oficio de Inicio.

La pregunta del numeral “3” señala:

3. Que explique el perito qué se entiende por transmisión vía satélite de una señal de televisión radiodifundida.

Respuesta del perito:

Se entiende por transmisión vía satélite de una señal de televisión, a la transmisión punto a multipunto de una señal de televisión en bandas de frecuencias atribuidas a dicho servicio

por medio de un satélite geoestacionario a extensas zonas de cobertura a niveles regional, nacional, continental o intercontinental.

Consideraciones del Instituto:

Se considera que la respuesta del perito únicamente señala lo que él mismo entiende como la definición del concepto que se le indicó explicar, dado que, en su dictamen, el perito no incluye fuentes en esta respuesta específica, además cabe recalcar que el concepto que se le pide explicar al perito no es desconocido para el Instituto.

Ahora bien, cabe señalar que, en el dictamen pericial, tanto esta pregunta realizada al perito, así como su respuesta, no se menciona qué pretende refutar respecto de las modificaciones de las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas en el Oficio de Inicio, dada la generalidad tanto de la pregunta como de la respuesta del perito.

Respecto a la pregunta del “4” menciona:

4. Que explique el perito cómo se lleva a cabo el proceso de transmisión vía satélite de una señal de televisión radiodifundida y qué infraestructura requiere.

Respuesta del perito:

El proceso de transmisión vía satélite de una señal de televisión en forma genérica se lleva a cabo mediante las etapas de transmisión, satelital y de recepción.

La etapa de transmisión está conformada por la estación terrena transmisora en donde básicamente se codifican, comprimen, multiplexan (en el caso de la transmisión de varios canales y su información adicional), modulan y amplifican las señales de los diferentes canales de televisión, los cuales pueden ser para el servicio de radiodifusión y/o para el servicio de televisión restringida. Dichos canales son enviados a un satélite en banda C y/o Ku, por medio de amplificadores de potencia y antenas parabólicas.

La etapa satelital está compuesta por el satélite geoestacionario, en el cual, las señales recibidas de la estación terrena transmisora son procesadas y retransmitidas de regreso a la Tierra por medio de *transponders* (transmisor/receptor), que se encargan de la recepción. Procesamiento, amplificación y transmisión de las señales a zonas extensas. Es por ello que el satélite se define como transmisor punto multipunto.

Por último, está la etapa de recepción de señales, la cual se lleva a cabo por medio de antenas parabólicas receptoras en banda C y/o Ku, amplificadores de bajo ruido y equipos receptores-decodificadores satelitales, que pueden ser para varios servicios, entre los que se encuentran la recepción DTH (Directa al Hogar), la recepción para la retransmisión de señales en sistemas de televisión restringida y la recepción por parte de otros canales de televisión terrestre, para la retransmisión en zonas diferentes al Área de Servicio del canal de origen.

El proceso anteriormente descrito se observa en la figura 1.



Consideraciones del Instituto:

La respuesta del perito no solo contiene el proceso que se le solicita explicar, sino que además incluye y detalla las etapas de este proceso, así como el esquema del mismo, sin embargo, el proceso de transmisión vía satélite de una señal de televisión radiodifundida, así como la infraestructura que se requiere para llevar a cabo dicho proceso no es desconocido para el Instituto. Sin embargo, dada la generalidad tanto de la pregunta realizada al perito, así como la respuesta del mismo, no aporta elementos para que sea considerada para refutar las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas que se señalaron en el Oficio de Inicio.

La pregunta contenida en el numeral “5” señala:

5. Que explique el perito qué es la tasa de transferencia para transmitir una señal de televisión radiodifundida vía satélite y cuáles son las tasas que normalmente se utilizan.

Respuesta del perito:

La tasa de transferencia de información es el número de bits que se transmiten por unidad de tiempo a través de un sistema de transmisión digital.

La tasa de transferencia de una señal de televisión varía básicamente en función de la cantidad de información que se requiere transmitir. Resaltando que, a mayor información se requiere de mayor ancho de banda y que la señal de video tiene más información que la señal de audio por el mayor número de componentes que tiene la imagen.

Derivado de lo anterior, la transmisión de la señal de televisión puede tener diversas calidades, entre las que se encuentran la calidad HD (en español Alta Definición) con 1080 líneas de exploración horizontales de la imagen y una tasa de transmisión en banda base de 1.45 Gbps, mientras que para el caso de la calidad SD (Definición estándar) con 480 líneas de exploración horizontales de la imagen y una tasa de transferencia de 270 Mbps.

En este sentido, para poder transmitir la señal de televisión digital en un canal de 6 MHz es necesario reducir la cantidad de información a transmitir, por lo que se utilizan técnicas de compresión de la señal. En el caso de la señal de la imagen, si los cuadros que la componen no sufren cambios continuos, existirá información redundante (por ejemplo, en un noticiero). Debido a esto, existirá información repetitiva que puede ser eliminada, con lo que se podrá reducir la tasa de transferencia. Mientras que, en el caso en los que los cuadros de imagen de la señal de video varíen constantemente (por ejemplo, en un partido de Fútbol), existirá menor información redundante y por lo tanto menos información repetitiva que se puede eliminar para poder comprimir la señal y ocupar menor anchura de banda en su transmisión. En relación con esto, el nivel de compresión no es constante, toda vez que depende entre otros aspectos del tipo de programación del canal que se desee comprimir. Por lo anterior, solo se pueden tener tasas de transmisión promedio.

Cabe mencionar, que los estándares de compresión más utilizados en la actualidad son el MPEG2 y el MPEG4; precisando, que los estándar MPEG4 es más avanzado y eficiente; por tal motivo, es de los más utilizados en la transmisión satelital de señales de televisión.

Por lo que se refiere a la capacidad satelital que ocupa una señal de televisión en un transponder, por lo antes descrito depende del tipo de programación que se desea transmitir, la calidad de la imagen (por ejemplo, calidad estándar SD o alta definición HD) y el estándar de compresión utilizado.

A manera de ejemplo, la tasa de transferencia de una señal de televisión digital con calidad HD para el caso del estándar MPEG4 en promedio es de 9 Mbps y ocupa una capacidad del transponder del satélite de 4.5 MHz; mientras que para el caso de una señal SD MPEG2 en promedio tiene una tasa de transferencia de 2.57 Mbps y ocupa una capacidad del transponder del satélite de 2.57 MHz.

Consideraciones del Instituto:

Si bien es cierto que el perito responde a lo que se le solicita, describiendo qué es la tasa de transferencia para transmitir una señal de televisión radiodifundida vía satélite, así como también señalando cuáles son las tasas que normalmente se utilizan, su respuesta no aporta elementos que sean suficientes o que expliquen la relación que existe entre la modificación a las medidas referidas en el Oficio de inicio y la pregunta realizada al perito, pues no señala específicamente que pretende refutar de las medidas modificadas notificadas al AEPR.

La pregunta número 6 menciona:

6. Que indique el perito cuántas señales de televisión radiodifundida se pueden retransmitir en un transpondedor, especificando, cuántas señales en definición estándar y cuántas en alta definición.

Respuesta del perito:

Conforme a las tasas de transferencia descritas en la respuesta a la pregunta 5, en un transponder de 36 MHz se pueden retransmitir en promedio de 8 señales de televisión con calidad HD comprimidas con el estándar MPEG4 y 14 señales con calidad SD comprimidas con el estándar MPEG2.

En virtud de lo anterior, por ejemplo, para el caso de un satélite que cuente con 24 transponders de 36 MHz en banda C, se podrían transmitir en promedio 192 señales con calidad HD o 336 señales con calidad SD en cada satélite, si se dedicara exclusivamente a la transmisión de señales de televisión, lo cual no siempre es posible por la demanda de servicios satelitales.

Consideraciones del Instituto:

A propósito de la respuesta proporcionada por el perito a la pregunta indicada, se considera que la respuesta se refiere a características técnicas de las cuales el Instituto tiene conocimiento, sin embargo, tanto en la pregunta como en la respuesta por parte de perito no se encuentran los elementos suficientes para refutar las modificaciones a las medidas señaladas en el Oficio de Inicio.

La pregunta contenida en el numeral “7” señala:

7. Que diga el perito cuántas señales con contenido programático denominado “Las Estrellas”, “Foro TV”, “Canal 5” y “Nu9ve” son radiodifundidas a lo largo de la República Mexicana y excluyendo aquellas radiodifundidas dentro del área de servicio de la Ciudad de México.

Respuesta del perito:

Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales

En total se transmiten 300 señales de televisión a lo largo de la República Mexicana y excluyendo aquellas radiodifundidas dentro del área de servicio de la Ciudad de México, las cuales tiene que cumplir con sus respectivas pautas de tiempos de estado y de comercialización.

Consideraciones del Instituto:

De acuerdo con la respuesta del perito a la pregunta que le fue realizada, los elementos que se presentan en estas son generales, ni en el mismo dictamen pericial se refiere específicamente a qué medida impuesta al AEPR pretende contribuir, pues solo se menciona de manera general que la prueba pericial tiene relación con los argumentos realizados por GTV, y pese que menciona que es particularmente al análisis de las modificaciones y adiciones a las medidas impuestas al AEPR así como a las medidas relacionadas con publicidad, como se mencionó anteriormente, tanto la pregunta al perito como su respuesta no aporta lo suficiente para alegar lo presentado en el Oficio de Inicio, pues no es claro qué opinión realizada por GTV-Televisa pretende validar.

La pregunta número 8 menciona:

8. Que explique el perito la tecnología por medio de la cual ofrece a los interesados la “Oferta de canales de programación” Grupo Televisa.

Respuesta del perito:

La “Oferta de canales de programación” de Grupo Televisa a nivel nacional y al continente americano se ofrece por medio de sistemas de transmisión satelital restringidos en banda “C”, mientras que para el continente europeo es en banda KU.

Es responsabilidad de los interesados llevar a cabo el proceso de *down link* (descarga de la señal) de los canales de programación a través de un decodificador.

Consideraciones del Instituto:

De conformidad con la respuesta del perito a la pregunta que le fue planteada, si bien explica la tecnología utilizada por Grupo Televisa, lo cierto es que no se encuentra relación entre esta y la modificación a las medidas planteadas en el Oficio de Inicio.

Respecto a la pregunta número 9 señala:

9. Que indique el perito que canales de programación radiodifundidos ofrece Grupo Televisa en la “Oferta de canales de programación” a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o terceros.

Respuesta del perito:

En la “Oferta de canales de programación” que ofrece Grupo Televisa a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o tercero ofrece los canales radiodifundidos Canal 2 (Las Estrellas), Canal 4 (Foro TV), Canal 5 y Canal 9 (El Nueve).

Consideraciones del Instituto:

En primera instancia, la respuesta del perito a la pregunta que le fue planteada no es desconocida para el Instituto, pues el Instituto tiene conocimiento acerca de los canales de programación radiodifundidos que ofrece Grupo Televisa. En segundo lugar, considerando la asertividad de la respuesta del perito, lo cierto es que no se advierte qué es lo que pretende alegar conforme a lo establecido en el Oficio de Inicio.

La pregunta número 10 menciona:

10. Que explique el perito qué implicaciones técnicas y económicas respecto al equipamiento y capacidad satelital que se requerirían para proporcionar la “Oferta de canales de programación” de forma desagregada a nivel localidad en todo el país.

Respuesta del perito:

Para proporcionar la “Oferta de canales de programación” de forma desagregada a nivel localidad en todo el país, se requeriría incrementar considerablemente la infraestructura y capacidad satelital con la que actualmente cuenta Grupo Televisa, para proporcionar a los interesados los canales de programación con los tiempos de estado y publicidad contratada acorde a una determinada localidad.

Cabe mencionar, que conforme al Censo Nacional de Población 2020, en los Estados Unidos Mexicanos existen 189,432 localidades. Mientras que existen 2469 municipios y demarcaciones territoriales que conforman los 31 estados y la Ciudad de México.

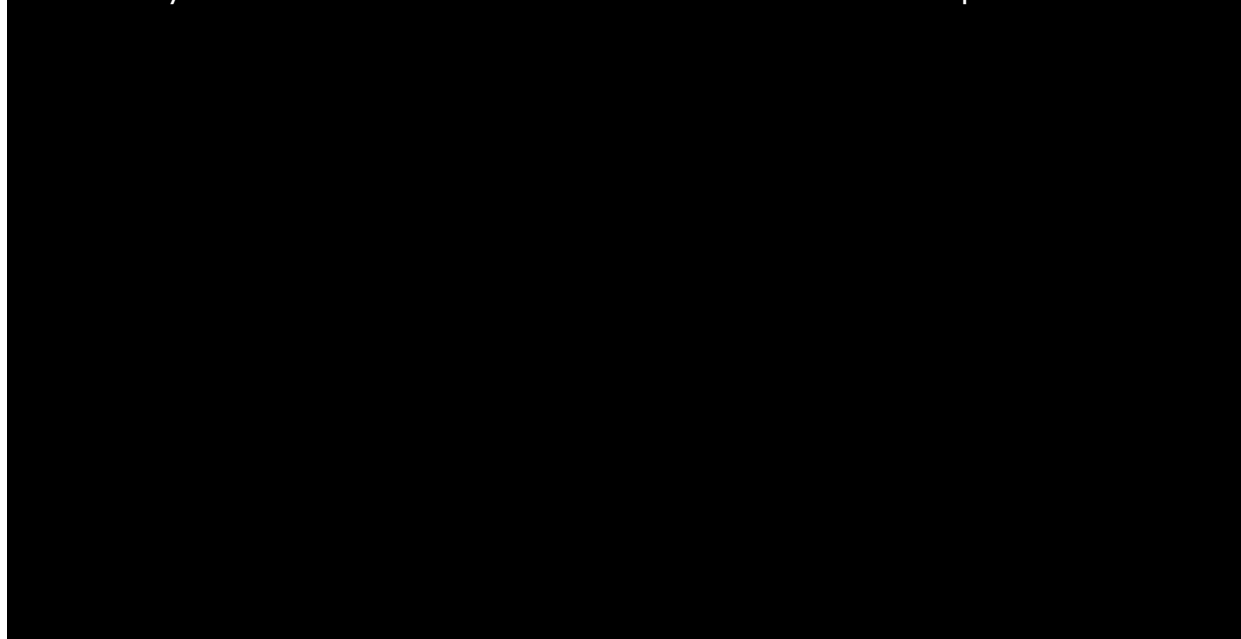
En este sentido, como ya se mencionó en el desarrollo del presente dictamen técnico-jurídico actualmente Grupo Televisa radiodifunde a nivel nacional 300 señales de canales de programación de sus estaciones principales con sus respectivas pautas de tiempos de estado y comerciales, cuyas señales son enviadas vía satélite desde la Ciudad de México a las estaciones repetidoras en el interior del país.

Desde las instalaciones ubicadas en [REDACTED] Domicilio de persona moral [REDACTED] se distribuyen vía satélite señales de televisión radiodifundidas de los canales 2, 5, 9 y Foro TV. Se distribuyen 10 tipos de señales de canales radiodifundidos, las cuales son:

1. Canal 2
2. Canal 2 TP
3. Canal 2 TN
4. Canal 5
5. Canal 5 TP

6. Canal 5 TN
7. Canal 9
8. Canal 9 TP
9. Canal 9 TN
10. Canal Foro TV

Hechos y actos de carácter administrativo de la persona moral



Adicionalmente, la “Oferta de canales de programación” como ya se mencionó, se ofrece vía satélite y está compuesta por canales de televisión radiodifundidos y restringidos, que se ofrecen a nivel nacional, así como a los continentes americano y europeo, también desde las instalaciones ubicadas en [REDACTED] Domicilio de persona moral

[REDACTED]. Lo que se describe a continuación:

Se distribuyen 44 señales de canales restringidos de Televisa Networks, las cuales se dividen en los siguientes sistemas:

	SISTEMA MEXICO
1	Golden Mx HD
2	De película Mx HD
3	Telehit Mx HD
4	De película MPX HD
5	Estrellas Dif 1 hr. HD
6	Golden MPX HD
7	ASN Delay (-2hrs.) HD
8	TUDN Delay (-2hrs.) HD

	SISTEMA PANREG-1
1	Foro TV Canal 4 HD
2	XHGC Canal 5 HD
3	BITME HD
4	Canal 2 Delay HD
5	Telehit Musica Mx HD
6	Distrito Comedia Mx HD
7	Estrellas Segmentado HD (C2 HD)
8	Canal Nu9ve HD
9	Golden Edge Mx HD

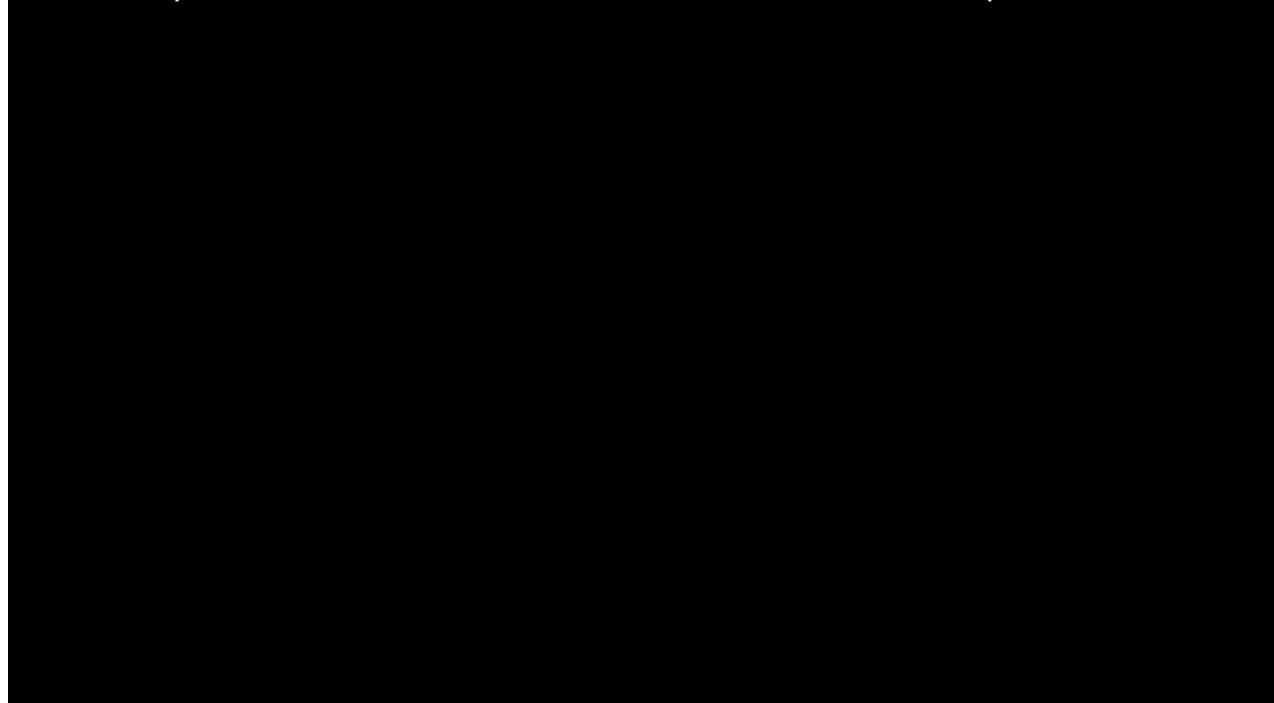
	SISTEMA CONTINENTAL
1	Telehit Plus HD
2	De Pelicula Plus HD
3	TUDN Mx HD
4	Golden Plus HD
5	Adrenalina Sport Network Lat/ MxHD
6	Golden Premier HD
7	Golden Premier -2 Hrs HD
8	Unicable Mx HD
9	Telenovelas Mx HD

10	Bandamax Mx HD

	SISTEMA LATAM
1	Telenovelas Portugues PAL SD
2	Telenovelas DUAL HD
3	De Pelicula Lat HD
4	Telehit Lat HD
5	Golden Edge Lat Hd
6	Distrito Comedia Lat HD
7	Telehit Musica Lat HD
8	Bandamax Lat HD
9	Bitme Lat HD
10	C. Estrellas CA Lat HD
11	Telenovelas HD PAL (Program 24)

	SISTEMA PANREG-2
1	Canal de las Estrellas Lat HD
2	Univision Lat HD
3	TUDN Centro HD
4	Telenovelas Centro HD
5	Golden lat HD
6	Telenovelas Hisp HD

Hechos y actos de carácter administrativo de la persona moral



Hechos y actos de carácter administrativo de la persona moral

Por lo anterior, para ofrecer la “Oferta de canales de programación” de forma desagregada a nivel localidad en todo el país, por el número de localidades con las que cuenta el país (189,432), se requeriría incrementar notablemente la infraestructura y capacidad satelital para distribuir vía satélite las señales de canales de programación radiodifundidos y restringidos que actualmente transmite vía satélite Grupo Televisa.

Cabe mencionar, que por lo que toca a la capacidad satelital, como ya se mencionó en el desarrollo del presente dictamen técnico-jurídico, para el caso de un satélite que cuente con 24 transponders de 36 MHz en banda C, se podrían transmitir en promedio 192 señales con calidad HD o 336 señales con calidad SD en cada satélite, si se dedicara exclusivamente a la transmisión de señales de televisión, lo cual no siempre es posible por la demanda de servicios satelitales.

Por lo que toca al impacto económico, a manera de ejemplo, a continuación, se muestra el equipamiento y costo, para la distribución vía satélite de los canales de televisión radiodifundida de Grupo Televisa, con lo que se puede dimensionar el impacto que tendría el adoptar una medida de esta naturaleza:

- Para la distribución satelital de señales radiodifundidas.

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

Consideraciones del Instituto:

El perito señala las implicaciones económicas y técnicas respecto a la distribución de canales de programación desagregada por localidad, dicha información contempla la desagregación de las señales de GTV-Televisa a nivel localidad, por lo que se toman en consideración los datos ofrecidos para el desarrollo de la propuesta de modificación de la medida, , cabe mencionar que la propuesta de modificación persigue los objetivos establecidos en la Resolución de Preponderancia, por lo que se reitera que las medidas de Contenidos tienen como finalidad evitar afectaciones al proceso de competencia, buscando impedir la realización de posibles conductas excluyentes hacia otros competidores, derivadas del riesgo que constituye la existencia de un agente económico preponderante.

Prueba 11. Pericial en Publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines.

CUESTIÓN PREVIA

Previo a valorar las respuestas al cuestionario provistas por el perito de GTV-Televisa en materia de Publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines, es importante señalar que para que una prueba pericial pueda cumplir su objetivo, las preguntas del cuestionario deben tener relación con el proyecto de medidas impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión y ser tales que sus respuestas permitan a este Pleno del Instituto contar con explicaciones necesarias propias de los hechos que se pretenden probar.

En esa virtud, se estima que las preguntas 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 de la pericial en materia de radiodifusión, telecomunicaciones y tecnologías afines, no se encuentran vinculadas con las modificaciones, adiciones y supresiones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas, particularmente, con las Medidas relacionadas con publicidad, por lo cual no genera ánimo para demostrar un deterioro irreversible en las condiciones de competencia

del mercado en que opera el AEPR, por las razones que, en síntesis, se exponen en la tabla que a continuación se detalla.

Tabla 5.

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar que las condiciones de mercado que se determinaron en su momento al AEPR han cambiado, toda vez que
1. Que explique el perito cuáles son las tendencias actuales en el mercado publicitario.	No guarda relación con las propuestas de medidas de publicidad de manera específica.
2. Que explique el perito cómo ha evolucionado la publicidad digital en los últimos años y cuáles son sus perspectivas de crecimiento y el efecto que esto tendrá en la televisión radiodifundida.	No guarda relación con las propuestas de medidas de publicidad de manera específica.
3. Que explique el perito qué papel juega la publicidad programática en la industria publicitaria actual.	No guarda relación con las propuestas de medidas de publicidad de manera específica.
4. Que explique el perito cuáles son los desafíos específicos que enfrentan los anunciantes y la televisión radiodifundida en un entorno publicitario cada vez más digitalizado.	No guarda relación con las propuestas de medidas de publicidad de manera específica.
5. Que indique el perito si un solo agente económico o los miembros del Agente Económico Preponderante en Radiodifusión tienen la capacidad de ejercer influencia para modificar las condiciones del mercado de la publicidad.	No guarda relación con las propuestas de medidas de publicidad de manera específica.

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar que las condiciones de mercado que se determinaron en su momento al AEPR han cambiado, toda vez que
6. Que explique el perito cuáles son los efectos que anticipa sucedan si se impone una carga regulatoria mayor al Agente Económico Preponderante en Radiodifusión en materia de publicidad, tal como se piensa hacer en el proyecto de nuevas medidas que tuvo a su disposición en preparación para este cuestionario.	No guarda relación con las propuestas de medidas de publicidad de manera específica.
7. Que explique el perito la razón de su dicho.	No guarda relación con las propuestas de medidas de publicidad de manera específica.

Dictamen pericial en materia de Publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines, presentado de manera digital el 8 de diciembre de 2023, ante el correo electrónico de la Oficialía de Partes del Instituto, y físicamente en la oficialía de partes del Instituto el día 11 del mismo mes y año registrado con número de folio 032127, rendido por

Nombre de [REDACTED]

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona:

Con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, (XI) **Medidas relacionadas con publicidad.**

Objeto de la prueba: acreditar desde una perspectiva técnica y de mercado las implicaciones que la modificación a las medidas en materia de Publicidad, podrían generar sobre la dinámica de la industria y el bienestar social al generar un deterioro irreversible en las condiciones de competencia del mercado en que opera el AEPR, reduciendo consigo el bienestar de los mexicanos.

Por lo que hace a la pregunta contenida en el numeral “1”

1. Que explique el perito cuáles son las tendencias actuales en el mercado publicitario.

Respuesta del perito:

El “mercado publicitario” es el espacio en el que se ofrecen servicios publicitarios a través de una diversa gama de medios, como televisión, radio, prensa, plataformas digitales, entre otros. Más estrictamente, el mercado relevante por pauta publicitaria comprende el conjunto de medios de comunicación que ejercen suficiente presión competitiva entre sí en la oferta de espacios publicitarios para los anunciantes. Como se desarrollará más adelante, definirlo correctamente es fundamental para analizar las dinámicas de competencia en mercados adyacentes a este, como bien es el caso del mercado por contenido audiovisual, como el que atañe al dictamen en cuestión.

Así, el grado de presión competitiva que define el mercado relevante está determinado por la percepción de sustituibilidad que tienen los anunciantes frente a las diferentes alternativas para divulgar su contenido, que a su vez depende de la capacidad del medio para recibir y distribuir mensajes publicitarios con el objetivo de llegar a potenciales clientes y promover productos, servicios o ideas. Naturalmente, esta capacidad es mutable en el tiempo y, como tal, el mercado publicitario es altamente dinámico, emergiendo continuamente nuevos competidores, y desapareciendo otros, en respuesta de las últimas tendencias en materia de mercadeo y de los cambios en las preferencias de los consumidores.

En el contexto actual, los oferentes concurrentes en el mercado publicitario agrupan a: (i) la televisión, (ii) la radio, (iii) los periódicos, (iv) las revistas, (v) las vallas publicitarias, (vi) el teléfono fijo, (vii) el cine; (viii) los buscadores, (ix) el correo electrónico, (x) las redes sociales, (xi) los sitios web y, (xii) la transmisión de contenido audiovisual bajo demanda.

Respecto a los medios de los incisos (i) al (vii), tienen capacidad para llegar a audiencias masivas, pero se caracterizan por una comunicación unidireccional en la que la información fluye del anunciante al público sin posibilidad de interacción en tiempo real, y con menores posibilidades para una adecuada segmentación y perfilamiento del público objetivo.

Por otro lado, los medios de los incisos (viii) al (xii) tienen capacidad para facilitar la interacción bidireccional, en tiempo real, entre el anunciante y el público; los usuarios no solo consumen contenido, sino que también participan activamente en su creación y distribución. Además, gracias al uso de herramientas avanzadas de análisis de datos, los anunciantes pueden dirigirse de manera precisa a los segmentos de consumidores que desean atender.

Bajo este entendido, al estudiar el comportamiento del mercado publicitario a nivel global durante el último lustro, se evidencia un marcado crecimiento en la participación de los medios digitales en el total del gasto en pauta, a expensas de medios como la televisión, tal como lo muestra la Figura 1. En efecto, la categoría que agrupa las principales alternativas de pauta a través de medios digitales pasó de concentrar el **Hechos de carácter económico** contable y jurídico de la persona moral. En contraposición, medios como la televisión, prácticamente

redujeron su participación de mercado a la mitad, pasando de un Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral.

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

Son varias las razones que explican esta marcada recomposición en favor de los medios digitales. En primer lugar, la penetración del Internet (móvil y fijo) ha venido incrementando aceleradamente, de acuerdo con la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), se ha alcanzado los 5.3 billones de usuarios a 2022, lo que representa aproximadamente el 66% de la población mundial (ver Figura 2).

Esto, naturalmente, ha implicado un mayor alcance para los medios digitales, devaluando consigo el principal atractivo de medios como la televisión lineal.

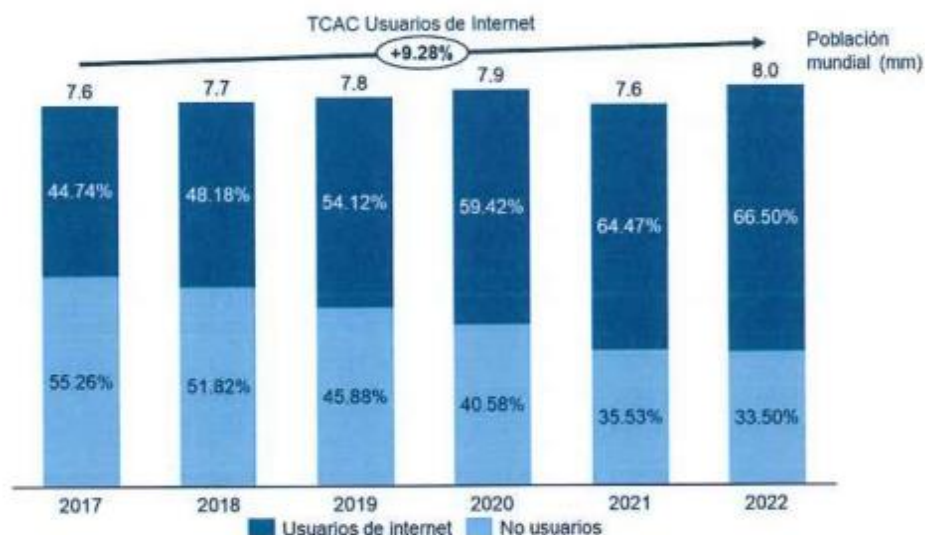


Figura 2 Penetración de internet (móvil y fijo) a nivel mundial [Fuente: Elaboración propia a partir de UIT, 2023]

En segunda medida, se ha observado un aumento sostenido en la cantidad de tiempo que las personas dedican a los medios digitales. Según DataReportal, los usuarios de Internet pasan un promedio de 6 horas y 40 minutos al día en línea. Este aumento en la exposición de los consumidores a los medios digitales conlleva una reducción en los costos de interactuar, al menos una vez, con el usuario objetivo, lo cual hace que los espacios digitales sean más atractivos para los anunciantes.

En tercer lugar, los medios digitales ofrecen una interacción activa con los usuarios, permitiéndoles no solo consumir contenido, sino también involucrarse en su creación y difusión. Esta dinámica genera una mayor fidelización hacia las marcas y, sobre todo, una mayor efectividad de los mensajes publicitarios, incrementando el retorno de los anunciantes por cada peso invertido.

Consideraciones del Instituto:

La pregunta y respuesta del perito proporcionan información útil para entender, a manera general, el escenario de todos los medios que agrupan la oferta actual de espacios publicitarios. Sin embargo, dicha respuesta no explica la relación directa que se tiene con las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas en el Oficio de Inicio, y no se considera información que impacte específicamente en la modificación de estas.

Respecto a la pregunta número “2”, señala:

2. Que explique el perito cómo ha evolucionado la publicidad digital en los últimos años y cuáles son sus perspectivas de crecimiento y el efecto que esto tendrá en la televisión radiodifundida.

Respuesta del perito:

La publicidad digital se destaca por su versatilidad y capacidad de adaptación en tiempo real, apalancándose en sofisticados algoritmos de perfilamiento (como las denominadas cookies) para maximizar el valor del contenido presentado al consumidor y, consigo, la probabilidad de alcanzar el objetivo del anunciante (ver apartado referente a la publicidad programática). A su vez, la capacidad de medir y analizar en detalle los resultados de las estrategias publicitarias brinda información valiosa para su optimización continua.

La pandemia de la Covid-19 fue una catalizadora de estas transformaciones. El confinamiento y las limitaciones al desplazamiento e interacción social aceleraron el declive de la efectividad de los canales tradicionales de publicidad, lo que forzó a las marcas y agencias a replantear sus estrategias publicitarias en favor de los espacios digitales. Además, esta crisis resaltó la trascendencia de la responsabilidad social en la publicidad y promovió un enfoque más orientado hacia los datos para adecuarse a las cambiantes preferencias del consumidor.

Estas tendencias globales no han sido ajenas a Sudamérica, en donde también se ha presentado una reconfiguración significativa en el gasto publicitario durante el último quinquenio. Como en el resto del mundo, la televisión ha dejado de ocupar la posición dominante que solía tener entre los anunciantes, dándole paso a los medios digitales, cuya participación en el gasto publicitario en la región pasó del

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

El comportamiento que ha exhibido el mercado por pauta publicitaria en México se sitúa en un punto medio entre lo que ha sido la tendencia global y la regional: en América Latina, la televisión ha perdido su rol protagónico, cayendo su participación en el total del gasto al

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

Dentro del declive de la pauta a través de televisión en el mercado mexicano, es de destacar que el servicio de televisión radiodifundida (STR) que recogía  Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral, se ha visto particularmente afectado, como lo constatan los datos presentados por el mismo Instituto, pues en el 2017 el STR representaba 34.5pp de los 47pp de televisión.

Se espera que esta recomposición del mercado publicitario en pro de los medios digitales, tanto en México como en el resto del mundo, se profundice aún más, en respuesta a una serie de innovaciones y transformaciones que atraviesa la industria: la Inteligencia Artificial (IA), el Internet de las Cosas (*IoT*) y la Realidad Aumentada (RA). Por un lado, la IA cada vez hará parte de más esferas de la vida cotidiana de los consumidores de contenido y, por el lado de los anunciantes, desempeñará un papel crucial al permitir la personalización precisa de los mensajes publicitarios y la automatización eficiente de las campañas, lo que mejora la efectividad de sus estrategias. De forma similar, el *IoT* habilita la publicidad contextual en tiempo real al conectar dispositivos cotidianos y proporcionar datos valiosos sobre los consumidores, esto permite a las empresas ofrecer anuncios relevantes y oportunos. Finalmente, la RA redefine la interacción con los consumidores al proporcionar experiencias inmersivas en la publicidad. Esto significa que los anuncios ya no son mensajes estáticos, sino experiencias interactivas que involucran al espectador de una manera única.

Uno de los principales precursores, si no es que el principal, de esta gran revolución en materia de pauta digital es la publicidad programática. Apalancada en el crecimiento exponencial de la capacidad de almacenamiento y procesamiento de datos que se ha dado

desde el inicio de la década de los 90s, las plataformas de interacción digital han sido capaces de masificar, y a la vez personalizar, los anuncios publicitarios a un nivel que no era posible aspirar antes, como se desarrolla a continuación.

Consideraciones del Instituto:

La respuesta del perito está enfocada en explicar el crecimiento de la publicidad en los medios digitales. Si bien el Instituto reconoce que debido al contexto mundial actual este medio está en crecimiento, también reconoce:

- 1) los medios digitales y tradicionales son complementarios (a través de la Publicidad en línea, los Anunciantes pueden dirigirse con precisión a una audiencia conocida y concretar la compra de un bien o servicio; por su parte, a través de la Publicidad tradicional pueden darse a conocer de manera masiva, reforzar el conocimiento de sus productos o servicios y brindar confianza a los consumidores);
- 2) que el cambio respecto al uso de la publicidad digital, es paulatino principalmente por la importancia y crecimiento de la penetración del Internet, sin embargo, estos aún no dominan el mercado de publicidad. En ese sentido, los medios digitales solo son aplicables para aquellos usuarios con acceso a Internet, y no así para toda la población del país.
- 3) que existe relación entre los medios digitales y los servicios de Telecomunicación y Radiodifusión, ya que la venta de espacios publicitarios en medios digitales requiere de las redes de telecomunicaciones de Internet; sin éstas, la publicidad en línea no sería posible; y que algunos proveedores de TV Abierta, Radio o STAR integran a sus servicios la venta de espacios publicitarios en medios digitales (como el AEPR), entre otras, y
- 4) el STR sigue siendo el principal medio de información y comunicación relevante en México (en el que el AEPR tiene una importante participación).

Al respecto, la respuesta a la pregunta no aporta información con la cual el Instituto pueda cambiar el sentido de las modificaciones a las medidas notificadas en el Oficio de Inicio en virtud de que la medida propuesta advierte la relación complementaria entre medios digitales y tradicionales.

El numeral “3” de las preguntas, señala:

3. Que explique el perito qué papel juega la publicidad programática en la industria publicitaria actual.

Respuesta del perito:

La publicidad programática es un tipo de publicidad digital que hace uso de tecnología avanzada para automatizar tanto la compra como la venta de espacios publicitarios. Este enfoque se vale de algoritmos y análisis de datos para identificar y exhibir anuncios de

manera precisa a la audiencia adecuada, en el momento oportuno, incrementando la eficacia de las estrategias publicitarias. Asimismo, la publicidad programática abarca una amplia gama de medios digitales, incluyendo la web (motores de búsqueda, páginas de consulta con pauta nativa, etc.), dispositivos móviles, aplicaciones de audio y video, redes sociales, entre otros. En cuanto a los métodos de compra, la publicidad programática ofrece varias opciones, como la subasta en tiempo real, la garantía programática, los mercados privados y acuerdos preferenciales.

Entre las características de la publicidad programática se encuentran la automatización y agilización de procesos, la personalización de anuncios, la segmentación precisa de audiencias, la medición en tiempo real del rendimiento del anuncio, la promoción de la transparencia, el control de inventario, la colocación estratégica de anuncios, la flexibilidad en la asignación de presupuestos y la optimización de los resultados.

La publicidad programática ha experimentado una notable evolución desde sus inicios en la década de 1990 hasta su estado actual en el campo de la publicidad digital. En esta sección, se analizará esta evolución y se explorará cómo funciona la publicidad programática en la actualidad.

Los antecedentes de la publicidad programática

La historia de la publicidad programática se remonta a finales de los años 90, cuando surgieron las redes de publicidad en línea. Estas redes se crearon con el propósito de conectar a los anunciantes con los programadores, ofreciendo una plataforma donde los anunciantes podían colocar anuncios en múltiples sitios web. Sin embargo, en esa época, el modelo de compra de anuncios en estas redes aún era tradicional, basado en tarifas fijas por impresiones publicitarias. Este enfoque se reveló ineficiente, ya que los anunciantes podían estar pagando por espacios publicitarios que no alcanzaban a su audiencia objetivo.

El auge de la segmentación y personalización

Para abordar la ineficiencia en la publicidad en línea, se introdujo la segmentación basada en el comportamiento del usuario, sentando las bases para la aparición de la publicidad programática. La segmentación comportamental utilizaba datos sobre el comportamiento del usuario para entregar anuncios más relevantes a sus intereses y necesidades. Esto marcó el comienzo de la era de la publicidad programática.

La revolución del real-time bidding (RTB) y la publicidad programática directa

La verdadera transformación de la publicidad programática se produjo en la década de los 2000 con la llegada de la tecnología de subasta en tiempo real (RTB, por sus siglas en inglés). El RTB permitió a los anunciantes ofertar en tiempo real por el inventario publicitario a medida que se volvía disponible en diversos sitios web y aplicaciones. En lugar de adquirir inventario publicitario en grandes bloques, los anunciantes podían comprar impresiones individuales mediante subastas, basadas en su percepción del valor. Esto les dio la

capacidad de dirigirse a audiencias altamente específicas con mayor precisión y en función de diversos factores, como demografía, comportamiento de navegación y ubicación. Otro desarrollo paralelo fue el de la publicidad programática directa. Este enfoque permitió a los anunciantes comprar inventario publicitario directamente de los programadores, sin pasar por una bolsa de anuncios u otro intermediario.

La evolución continua de la publicidad programática

Desde la introducción del RTB, la publicidad programática ha seguido evolucionando. Se han introducido nuevos formatos de anuncios y capacidades de segmentación, lo que ha permitido llegar a audiencias altamente específicas con mayor precisión.

Uno de los desarrollos más significativos ha sido el uso de la inteligencia artificial (IA) para analizar grandes cantidades de datos y optimizar las campañas publicitarias. La IA automatiza muchos de los procesos involucrados en la publicidad programática, incluyendo subastas digitales, segmentación y optimización creativa.

Además, la publicidad programática se ha expandido a canales emergentes como la televisión conectada (CTV) y la publicidad digital fuera del hogar (DOOH), lo que brinda nuevas oportunidades para llegar a audiencias en contextos y entornos diferentes. La publicidad fuera de línea ahora incluye anuncios en tableros 3D, anuncios gráficos interactivos y mucho más. Estos anuncios pueden llegar a las personas mientras viajan en autobús, se dirigen al trabajo o visitan una tienda, espacios donde previamente eran libres de la publicidad.

Riesgos actuales y potencia/es de la publicidad programática

A continuación, se exponen ciertos riesgos significativos asociados a la publicidad programática, los cuales tienen un impacto tanto en los anunciantes como en los consumidores.

Privacidad y protección de datos

La publicidad programática utiliza datos de los usuarios para segmentar y personalizar anuncios, lo que puede plantear preocupaciones sobre la privacidad y la protección de datos. Los anunciantes pueden recopilar grandes cantidades de datos personales de los usuarios, incluyendo información sobre su comportamiento en línea, intereses y preferencias. Si estos datos se utilizan de manera inapropiada o se comparten con terceros sin el consentimiento del usuario, puede haber graves consecuencias para la privacidad y la seguridad de los datos personales.

Sesgo y Discriminación

La publicidad programática utiliza algoritmos para segmentar y personalizar anuncios, lo que puede plantear preocupaciones sobre el sesgo algorítmico. Si los algoritmos se basan en datos sesgados o incompletos, podrían generar distorsiones importantes en el consumo

de contenidos, productos y servicios. Por ejemplo, si los datos históricos muestran que los hombres son más propensos a hacer clic en anuncios de tecnología, los anuncios – y por ende productos – de tecnología pueden ser dirigidos principalmente a hombres, lo que resulta en la exclusión de mujeres. De esta manera, errores algorítmicos pueden tener repercusiones significativas para la sociedad.

Características de la publicidad programática

Como se evidenció anteriormente en este dictamen, la publicidad tradicional está experimentando un desplazamiento notable a manos de los medios digitales, los cuales se han apalancado de la publicidad programática para ganar parte de su participación de mercado. Entre 2017 y 2022, la demanda de publicidad programática creció a un CAGR (tasa de crecimiento anual compuesta) de 21.3%, mientras que la publicidad televisiva decreció en el mismo periodo. Para México, se ven resultados similares, tal que de 2017 a 2021 se evidenció un CAGR de 22.5% para publicidad programática, mientras que la publicidad televisiva decreció a una tasa de -6.89% anual compuesta.

A continuación, se examinan algunos de los factores clave que explican este cambio significativo en favor de la publicidad programática.

Segmentación y personalización

La publicidad programática ofrece una ventaja competitiva a los medios digitales sobre los demás medios, entre el más afectado, el de la radiodifusión, al permitir una segmentación altamente precisa de la audiencia y la personalización de los anuncios. Mientras que la publicidad tradicional busca alcanzar a una amplia audiencia, la programática puede enfocarse en usuarios específicos, apalancándose del conocimiento de los intereses, comportamientos y perfiles demográficos que han podido recolectar libremente.

Medición en tiempo real

La publicidad programática goza de una ventaja inmediata al tener acceso a la medición en tiempo real de los resultados de una campaña publicitaria. Los anunciantes pueden rastrear y analizar el rendimiento de sus anuncios a medida que se ejecutan, lo que les brinda información instantánea sobre qué estrategias funcionan y cuáles necesitan ajustes. Esta capacidad de adaptación en tiempo real.

Cambios en los hábitos de consumo mediático

Los hábitos de consumo de contenido audiovisual se han transformado considerablemente en la era digital. Las tasas de reposición de los equipos terminales están en su pico, el portafolio de contenido bajo demanda en múltiples plataformas en líneas no cesa de crecer y, en general, las alternativas de entretenimiento e información para el consumidor mediano parecieran ser ilimitadas y altamente dinámicas. En este entorno cambiante, medios como la televisión han tenido que adaptarse para mantener su relevancia.

Tendencias actuales y tecnología

La publicidad programática está en constante evolución, adoptando nuevas tecnologías como la inteligencia artificial y el aprendizaje automático para intensificar el aprovechamiento de los datos personales de los consumidores. Por ejemplo, la inteligencia artificial puede analizar el comportamiento del usuario en tiempo real y adaptar la entrega de anuncios en función de sus preferencias y acciones previas.

Control y optimización

La publicidad programática otorga a los anunciantes un mayor control sobre el inventario y el emplazamiento de los anuncios. Los anunciantes pueden seleccionar los sitios web, aplicaciones y plataformas donde desean que se muestren sus anuncios. Además, la capacidad de medición en tiempo real facilita la optimización continua de las estrategias publicitarias.

Conclusión

En resumen, la publicidad programática y otros canales digitales están desplazando gradualmente a los esquemas de publicidad actuales debido a una serie de factores relacionados a la efectividad, la eficiencia y la adaptabilidad de las estrategias publicitarias. La capacidad de segmentación precisa, la medición en tiempo real, la adaptación a los cambios en los hábitos de consumo mediático, la automatización, el ahorro de tiempo y recursos, la adopción de tecnologías emergentes, y el control y la optimización son todos aspectos que hacen que la publicidad programática se esté apoderando cada vez más del mercado publicitario a escala global.

Consideraciones del Instituto:

El Instituto reconoce que el avance tecnológico ha hecho que los medios digitales estén en crecimiento respecto a otros medios.

No obstante, la respuesta expedida por el perito consiste en señalar la historia, características, evolución, auge, entre otros, de la publicidad programática (la cual es una forma particular de contratación de publicidad digital), por lo que la respuesta está relacionada con las medidas notificadas en el Oficio de Inicio.

Asimismo, se puede destacar lo señalado por el perito, cuando menciona que la publicidad a través de la televisión radiodifundida ha tenido que encontrar las formas de adaptarse para mantener su relevancia.

Esta oración tiene su relevancia ya que, en relación con la motivación de las medidas de publicidad, confirma que el STR sigue siendo un medio relevante, en el que, por otro lado, el AEPR sigue manteniendo un alto posicionamiento.

Por lo que hace a la pregunta contenida en el numeral “4” la cual señala:

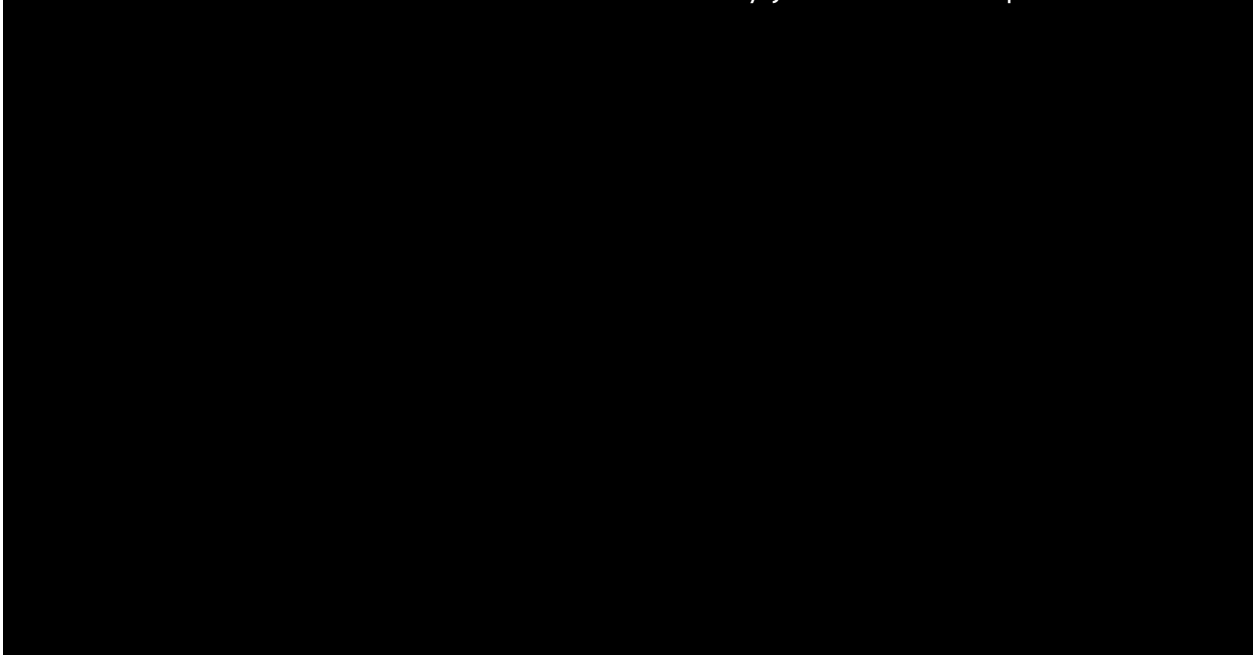
4. Que explique el perito cuáles son los desafíos específicos que enfrentan los anunciantes y la televisión radiodifundida en un entorno publicitario cada vez más digitalizado.

Respuesta del perito:

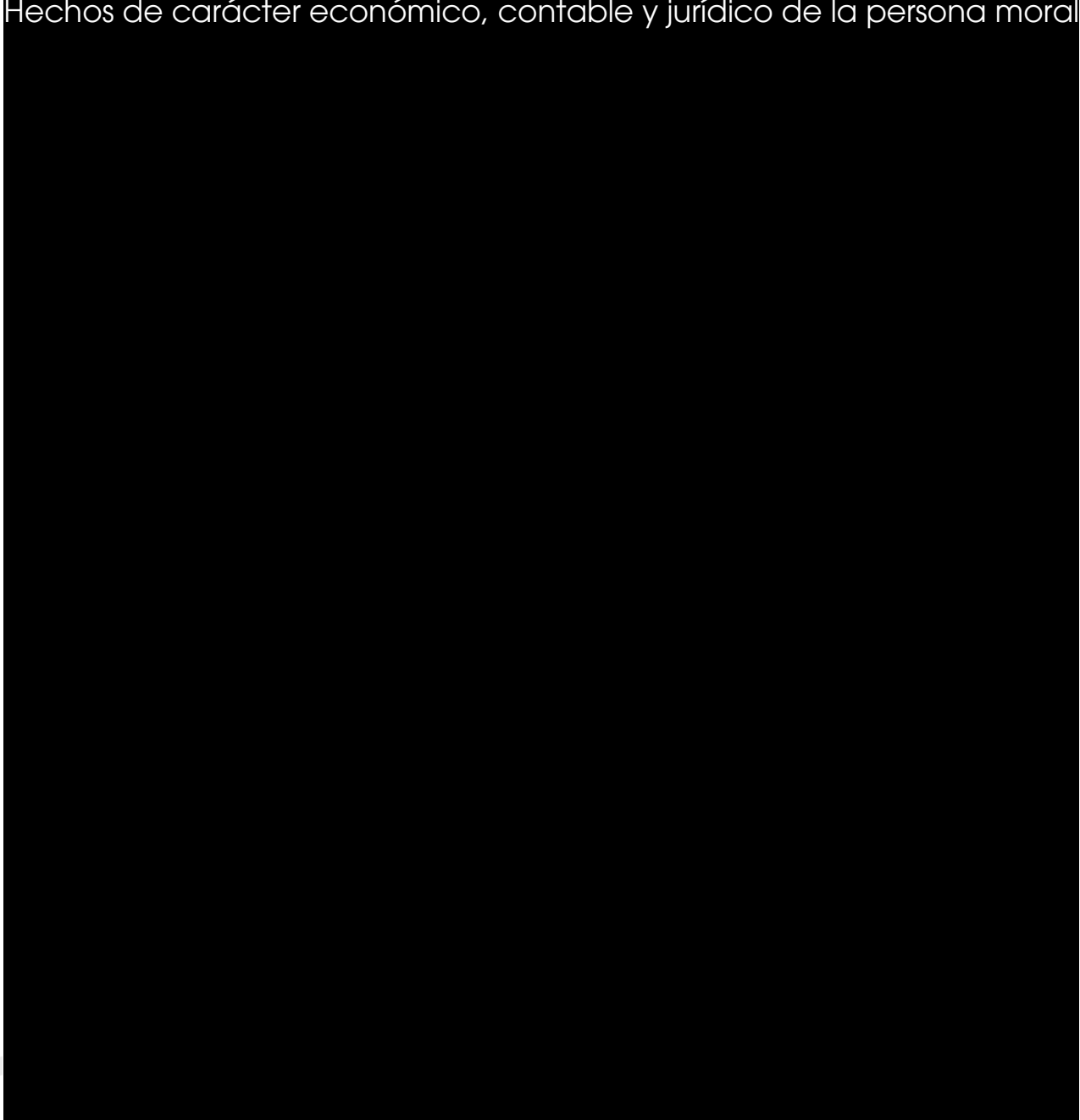
Perspectivas a futuro

Para vislumbrar con claridad el devenir de la publicidad digital y su influencia en medios como la televisión, es crucial explorar los datos y tendencias en el gasto publicitario a nivel global, continental y regional. Al analizar los datos presentados en las siguientes figuras 5, 6 y 7, se destaca un aumento significativo en la cuota de mercado de los medios digitales, los cuales continúan su ascenso constante, desplazando a los demás medios.

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral



Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral



Esta tendencia puede atribuirse a las cambiantes preferencias de los consumidores a través de los diversos grupos de edad, donde aquellos entre los 16 y 24 años exhiben una marcada inclinación hacia los medios digitales, dedicando mayor tiempo a estos, tal como se evidencia en la Figura 8 siguiente. En consecuencia, resulta lógico anticipar un aumento constante en las inversiones publicitarias en el ámbito digital.



Figura 8: Uso de medios digitales por edades en México: 16-24 vs 55-64 años [Fuente: Elaboración propia a partir de GWI, 2023]

Al analizar los patrones de consumo de medios digitales, se destaca el grupo de edad comprendido entre los 16 y 24 años como el segmento más activo en estas plataformas. En 2022, este grupo representó el 16.83% de la población mundial.

Proyectando estas preferencias hacia el futuro hasta 2052, se anticipa un cambio significativo en la forma en que la sociedad consume medios. Esto se basa en las tendencias demográficas actuales, asumiendo que tanto las personas pertenecientes actualmente a este grupo de edad como las futuras generaciones mantendrán un fuerte interés en los medios digitales. Como resultado, se espera un aumento notable en la proporción de grupos demográficos que utilizan medios digitales, alcanzando un 51.12% en 2052.

La evolución en la forma en que las personas consumen medios y entretenimiento ha sido drástica en los últimos años, y nuevos fenómenos han surgido para redefinir por completo esta interacción. Estos fenómenos, conocidos como cord-cutting, cord-never y cord-shaving, señalan una transformación profunda en el panorama analizado.

El cord-shaving ha ganado popularidad entre aquellos que desean mantener su suscripción a la televisión por cable, pero reduciendo costos al prescindir de canales y paquetes adicionales. Esto resulta en una factura más reducida, conservando sólo los canales esenciales junto con la conexión a Internet.

Por otro lado, el cord-cutting ha ganado terreno a medida que los cord cutters optan por cancelar sus suscripciones a servicios de televisión por cable, en favor de alternativas de transmisión en línea más económicas, como Netflix, YouTube TV, entre otras. Esta tendencia ha provocado una considerable pérdida de suscriptores para los proveedores de televisión por cable. Esto se ilustra con la tendencia descendente en los suscriptores de servicio de televisión restringida a nivel nacional que ha pasado de su punto máximo de 18.7 millones en 2016 a 17.7 millones en 2022.

Por último, el grupo de cord-never ha adoptado desde el principio las fuentes de Internet como su principal fuente de entretenimiento, evitando por completo el uso de cable comercial. Aunque no se dispone de datos específicos sobre su crecimiento, es lógico suponer que esta tendencia se encuentra en constante aumento, en línea con la creciente preferencia por los medios digitales y la disminución del tiempo dedicado a la televisión, pues al cierre del segundo trimestre del presente año, las personas destinan solo el 6% de su tiempo total de consumo de medios, a la televisión. La transformación en los patrones de consumo de medios y entretenimiento es un fenómeno que no sólo está en constante evolución, sino que también tiene un impacto significativo en la industria publicitaria y, en particular, la pauta digital. A medida que los consumidores dedican una proporción cada vez mayor de su tiempo a plataformas digitales sobre el resto de los medios, las estrategias de mercadeo deberán adaptarse en consecuencia; léase una creciente inversión en publicidad digital, que incluye anuncios en redes sociales, marketing de contenidos, publicidad en aplicaciones de video en línea, entre otras.

En conclusión, los fenómenos expuestos a lo largo de este dictamen sugieren que la importancia (relevancia) de los medios digitales sobre los demás medios tenderá a incrementarse en los próximos años. Esta transición en los patrones de consumo de medios y entretenimiento está remodelando la forma en que las empresas se comunican y promocionan sus productos y servicios en un entorno digital en constante evolución. Además, este cambio refleja la necesidad apremiante de que las estrategias de mercadeo se adapten con rapidez para satisfacer las demandas de una audiencia cada vez más digitalizada.

Principales desafíos relacionados a la disrupción de los medios digitales

Fragmentación de la audiencia

Uno de los desafíos más notables que enfrenta la industria de la publicidad es la fragmentación de la audiencia. La aparición de nuevas plataformas de comunicación, tales como las redes sociales, tabletas digitales y dispositivos móviles, ha dispersado el presupuesto publicitario en una amplia variedad de medios y canales. Esto ha dificultado la tarea de los anunciantes al momento seleccionar los medios que permitan optimizar el alcance de sus anuncios. En lugar de contar con audiencias concentradas en unos pocos medios, como la televisión, ahora deben considerar una multiplicidad de opciones para llegar a su público objetivo.

Disminución de las audiencias en los medios distintos a los digitales

Otro desafío significativo es la disminución de las audiencias en los medios distintos a los digitales, particularmente en la televisión radiodifundida. Este declive se atribuye a la intensa competencia que representan las redes sociales y los gigantes tecnológicos como Google en la lucha por los ingresos publicitarios. Los espectadores, especialmente las generaciones más jóvenes, están trasladando su consumo desde contenido en medios

como la televisión lineal hacia plataformas en línea y servicios de transmisión, lo que ha reducido la efectividad de la publicidad en estos canales.

Sobrecarga de anuncios

La creciente presencia del marketing digital también ha dado lugar a una sobrecarga de anuncios. Los consumidores se ven inundados diariamente con una avalancha de anuncios en sus redes sociales, sitios web y correos electrónicos. Esta saturación publicitaria ha llevado a una disminución en la atención prestada por parte de la audiencia y a una mayor dificultad para captar su interés. Los anunciantes deben competir en un entorno en el cual los usuarios pueden fácilmente ignorar o bloquear anuncios no deseados, lo que hace que la efectividad publicitaria sea aún más desafiante.

Fraude publicitario

El fraude publicitario es un desafío cada vez más sofisticado en el ámbito de la publicidad digital en México, donde la falta de regulación adecuada agrava aún más el problema. Este problema engloba prácticas fraudulentas como clics falsos, impresiones infladas y tráfico no humano, lo que puede llevar a los anunciantes y los medios a malgastar inversión y obtener impresiones publicitarias no auténticas. Esta falta de regulación ha generado una pérdida significativa de recursos e incluso ha socavado la confianza en la industria publicitaria digital.

Adaptación a nuevos canales y formatos

Medios como la televisión lineal también enfrentan el desafío de adaptarse a los nuevos canales y formatos de distribución predominantes en el mundo digital. Las redes sociales, los dispositivos móviles y los servicios de transmisión han transformado la forma en que las personas consumen contenido, lo que exige que estos medios evolucionen para seguir siendo relevantes y efectivos. La transición de la televisión lineal a la televisión por Internet, por ejemplo, requiere inversiones en infraestructura y estrategias de contenido que se adapten a estas nuevas plataformas.

Disminución de la inversión en medios distintos a los digitales

Como ya se ha comentado, la inversión publicitaria en medios distintos a los digitales, como televisión, periódicos y revistas, está experimentando un declive continuo a medida que la publicidad se aleja cada vez más de estos canales tradicionales. Este fenómeno tiene profundas implicaciones tanto para la industria de los medios como para los anunciantes, ya que marca el comienzo de un ciclo vicioso que afecta negativamente a ambas partes.

En primer lugar, la disminución de la inversión publicitaria en medios distintos a los digitales tiene un impacto inmediato en los ingresos de estos medios. Esto, a su vez, afecta su capacidad para generar contenido de calidad y mantener una plantilla de empleados suficiente, ya que enfrentan dificultades financieras para mantenerse a flote. La falta de

recursos financieros limita su capacidad para competir con medios digitales más ágiles y adaptables.

Como resultado de estos factores, se perpetúa un ciclo de desinversión en la industria en medios distintos a los digitales. La falta de recursos financieros limita su capacidad para innovar y adaptarse a las cambiantes preferencias de los consumidores, lo que a su vez lleva a una mayor pérdida de audiencia y, en última instancia, a una mayor disminución en la inversión publicitaria en estos medios.

Impacto sobre el AEPR

Los miembros del AEPR son unas de las empresas de medios más importantes de América Latina, con una presencia histórica en México y otros países de habla hispana. A lo largo de su trayectoria, el núcleo de su actividad empresarial ha sido tradicionalmente la televisión radiodifundida, pero también ha diversificado sus operaciones hacia áreas adicionales como la televisión por cable, la radio y la producción cinematográfica. En los últimos años, ha enfrentado una creciente competencia de nuevas empresas de medios digitales como Netflix, Amazon Prime Video y YouTube, empresas que han desmantelado el panorama mediático tradicional.

A continuación, se examinará cómo el negocio del AEPR ha sido impactado por la disrupción causada por los nuevos medios digitales; se analizarán los flujos de ingresos de la empresa y su market share en el sector publicitario.

Impacto en los ingresos

Los medios digitales han tenido un impacto notable en los flujos de ingresos del AEPR. En el caso de televisión abierta, que ha sido históricamente la fuente de ingresos más significativa para la empresa, [REDACTED]

[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED] Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

[REDACTED] Lo previamente descrito se puede encontrar ilustrado en la Figura 9, a continuación.

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

La influencia de los nuevos medios digitales en el market share publicitario también ha sido considerable. En 2017, la empresa mantenía una participación del 22%. Aun así, esta cifra se ha seguido reduciendo año tras año, lo que plantea interrogantes sobre la sostenibilidad de la organización. La disminución en el market share publicitario de Grupo Televisa se puede atribuir en gran medida a la migración de anunciantes hacia plataformas digitales y servicios de transmisión que ofrecen opciones digitales y están más orientados a audiencias jóvenes.

En un esfuerzo por contrarrestar esta tendencia y revitalizar su operación, el AEPR ha realizado esfuerzos importantes para entrar en el mercado de medios digitales, incluyendo el lanzamiento de su servicio streaming, ViX. Sin embargo, a pesar de ser ésta una fuente de crecimiento para la empresa,

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral. En este orden de ideas, la noción de que la empresa goza de un poder sustancial en el mercado publicitario no tiene fundamento empírico.

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

El papel fundamental de la televisión abierta

La televisión abierta se encuentra en medio de una encrucijada en la era digital, enfrentando una feroz competencia por parte de los servicios de transmisión en línea y la amenaza potencial de volverse obsoleta. Sin embargo, es vital reconocer que la desaparición de la televisión abierta conllevaría una serie de consecuencias negativas de gran alcance para nuestra sociedad. En este contexto, es fundamental explorar más a fondo las regulaciones que pueden estar influyendo negativamente en la televisión abierta, incluyendo la publicación de estrategias de precios.

El entorno digital ha revolucionado la forma en que los consumidores interactúan con los medios de comunicación. Ha reducido la fricción en el mercado, disminuido los costos de búsqueda y facilitado el descubrimiento de precios, lo que aumenta la transparencia en las tarifas. Sin embargo, este cambio también ha llevado a la evolución de la ley del único precio a la “ley del único cliente, un precio”. Esta estrategia de precios permite a las grandes empresas de medios digitales llevar a cabo una discriminación de precios más precisa, maximizando así sus utilidades.

No obstante, es crucial comprender que las regulaciones que afectan negativamente a la televisión abierta tienen un impacto que va más allá de la industria mediática. La televisión abierta proporciona un acceso fundamental a noticias, deportes y programas que son esenciales para muchas personas en nuestra sociedad. Además, sirve como una fuente de entretenimiento y enriquecimiento cultural, nutriendo la diversidad de contenidos disponibles, y siendo frecuentemente la única opción accesible para poblaciones que carecen de conexión a internet.

La pérdida de relevancia de la televisión abierta conllevaría la disminución de la calidad de las noticias e información o su credibilidad, la pérdida de diversidad cultural y una reducción en la disponibilidad de programación gratuita, inclusive como parte de su mandato constitucional de ser un servicio público de interés general. Esto podría afectar negativamente a las comunidades que dependen de la televisión abierta como su fuente principal de información y entretenimiento. Es claro que la gran magnitud de las externalidades positivas de la televisión abierta deben ser una indicación de la responsabilidad regulativa de compensar por aquellos beneficios que, aunque significativos, no son reflejados en el pago de terceros (anunciantes) por espacios publicitarios durante su transmisión.

En resumen, es imperativo encontrar un equilibrio adecuado entre la regulación y la competencia para garantizar que la televisión abierta continúe brindando un valor significativo y su función de servicio público para nuestra sociedad. Si bien se encuentra en un entorno altamente competitivo, la televisión abierta sigue siendo una fuente esencial de información y cultura que no debe ser descartada sin considerar las implicaciones más amplias. La adaptación y la innovación son esenciales para que la televisión abierta siga siendo relevante en la era digital, pero debemos asegurarnos de que las regulaciones no asfixien su capacidad para servir a las necesidades de la sociedad.

Consideraciones del Instituto:

La respuesta a la pregunta del numeral en comento no refuta las modificaciones a las medidas notificadas en el Oficio de Inicio, es así que el mismo el mismo perito reconoce la relevancia que tiene el STR (en particular por su gran alcance, al llegar a población que no tiene acceso a Internet), y resalta elementos que reducen la eficiencia de la publicidad digital (como que los usuarios pueden fácilmente ignorar o bloquear anuncios no deseados y prácticas fraudulentas como clics falsos, impresiones infladas y tráfico no humano) que no están presentes en la publicidad tradicional (incluyendo el STR), lo cual deja ver la relevancia del STR y en consecuencia de las medidas.

De igual manera, tal como lo señala el perito en la respuesta, la adaptación y la innovación son esenciales para la televisión abierta, es decir para el STR, así como que el mismo perito reconoce la relevancia que tiene el STR (en particular por su gran alcance, al llegar a población que no tiene acceso a Internet, por lo que, con base en el análisis realizado por el Instituto, es imperativo que las medidas de publicidad se ajusten, ya que, en el mismo contexto de la adaptabilidad y los cambios, el AEPR ha hecho diversas reestructuras y modificaciones a sus empresas, las cuales también deben de ser reguladas al formar parte de su mismo grupo.

Respecto a la pregunta número 5, señala:

5. Que indique el perito si un solo agente económico o los miembros del Agente Económico Preponderante en Radiodifusión tienen la capacidad de ejercer influencia para modificar las condiciones del mercado de la publicidad.

Respuesta del perito:

Para poder definir si un solo agente económico o si los miembros del AEPR tienen la capacidad de ejercer influencia para modificar las condiciones del mercado de la publicidad en primera medida, es necesario pasar por una reflexión sobre la correcta definición del mercado relevante sobre el cual el regulador ha declarado la preponderancia económica del AEPR, a saber, el ampliamente definido “sector de radiodifusión”.

Bajo el modelo de negocio actual, no es posible concebir la prestación de servicios como el STR sin el acceso a pauta publicitaria. Operadores como los que contiene el AEPR, ya sea a nivel de canales de televisión o como proveedores de servicios de televisión abierta y paga, concurren en lo que la literatura económica denomina mercados de múltiples lados. En estos mercados, la utilidad que derivan los agentes de un lado (por ejemplo, los consumidores de contenido audiovisual) es función de qué tantos agentes participan de los otros lados (desarrolladores/productores de contenido, anunciantes de publicidad, etc.), algo que técnicamente se conoce como externalidades de red indirectas.

El operador de televisión o plataforma de contenido es un facilitador de los múltiples intercambios, siendo su principal tarea el diseñar un menú de precios para todas las partes que maximice el volumen de transacciones y, en retorno, sus beneficios. Esto suele llevar a esquemas de subsidios cruzados entre las diferentes aristas del mercado en donde, por ejemplo, los consumidores de contenido pagan menos de lo que cuesta desarrollar y transmitir el contenido ya que hay anunciantes de publicidad que están dispuestos a “subsidiar” tácitamente ese acceso para dar a conocer su producto o persuadir a sus potenciales clientes de adquirirlo.

Este tipo de estrategias de precios, como la han demostrado autores como el Nobel de Economía Jean Tirole y los profesores e investigadores Jean-Charles Rochet y Glen Weyl, no solo suelen ser óptimas desde la perspectiva de maximización de los beneficios del intermediario (operador o plataforma), sino que además son deseables desde el punto de vista del bienestar social.

Siguiendo esta literatura, en mercados de múltiples lados, tener plataformas con elevada concentración en su participación en una o varias aristas del mercado, como bien podría entenderse en el caso del AEPR por el lado de las audiencias televisivas (suponiendo que la definición que el Instituto da, a este lado del mercado, es correcta, y que no deberían incorporarse alternativas digitales de consumo de contenido), es eficiente desde el punto de vista de la asignación de los recursos. Incluso, cuando las externalidades de red son muy fuertes, un resultado, orgánico y deseable para el bienestar social, de estos mercados

puede ser el del “ganador se lo lleva todo” (o *winner takes it all*, en inglés); un monopolista asignaría mejor los recursos que múltiples plataformas compitiendo entre ellas.

Así, aunque parezca contraintuitivo, en esta configuración de mercado, una elevada participación de una firma en un lado o todo el mercado, puede conducir a un mayor bienestar social, no a un deterioro de este. En el caso de estudio que concierne a este dictamen, **el valor facial que los televidentes pagan por acceder a los contenidos del AEPR y los demás operadores de STR y STAR es considerablemente más bajo como consecuencia de que estos últimos luchan por anunciantes en un lado del mercado (espacio para pautar) que es sumamente competido con otras alternativas que el mismo Instituto agrupa arbitrariamente como tradicionales y digitales**, no solo por la multiplicidad de agentes que allí concurren, sino por las estrategias de precios que se emplean y por la naturaleza de los demandantes del servicio. Al respecto, adicional a lo desarrollado anteriormente, es importante notar que el grueso del gasto en publicidad proviene de multinacionales con considerable poder de negociación frente a agentes locales como el AEPR.

Como bien lo advierte el profesor Weyl en su artículo publicado en The American Economic Review, el reto del regulador para identificar poder de mercado significativo en este tipo de mercados no es menor considerando que el mark-up que aplica a los precios en un lado del mercado lo puede estar perdiendo en otro de los lados, y viceversa. Como consecuencia, aun cuando lograrse constatarlo rigurosamente, el diseño e introducción de remedios regulatorios para corregir su impacto en un lado del mercado debe considerar las implicaciones sobre todas las demás aristas de este; más veces que no, las intervenciones pueden llevar a deterioros netos en el bienestar social.

Con este marco conceptual como referente, **si el regulador se diera a la tarea de determinar la capacidad de los miembros del AEPR para incidir sobre las condiciones del mercado relevante correctamente definido concluiría que:** i) su participación en el lado de la demanda por contenidos audiovisuales está sobreestimada por cuenta de la omisión de alternativas digitales (plataformas en línea pagas y gratuitas, redes sociales, entre otras) dentro de la colección de agentes que allí concurren, como se comentó anteriormente.; y ii) su participación en el segmento de pauta publicitaria no solo desconoce la sustituibilidad entre las arbitrarias categorías que el Instituto define como medios digitales y tradicionales desde la perspectiva del anunciante, sino que también omite las dinámicas altamente sofisticadas, y eficientes, que rigen la formación de precios en este lado del mercado, como se comentó anteriormente. En otras palabras, **las participaciones que ostenta el AEPR en cualquiera de estos lados del mercado, así como la del asociado a la producción y difusión del contenido audiovisual (canales) no solo son sugestivas de la ausencia de poder significativo de mercado, sino que distan considerablemente de los estándares de concentración internacionales que ha utilizado el mismo Instituto para declarar preponderancia económica en otros mercados.**

Esta conclusión se mantiene incluso si se toma como premisa del análisis la definición del mercado utilizada por el Instituto. Ello si, a propósito de buenas prácticas en diseño regulatorio que el Instituto ha utilizado en el pasado para guiar su actuar, como es el caso de la determinación de las tarifas mayoristas reguladas para los mercados de telecomunicaciones fijas y móviles en México, se aplicara la doctrina de la Comisión Europea para el análisis de competencia del mercado (o sector) en el que, definió, concurría la televisión por radiodifusión y, consigo, los miembros del AEPR.

Al respecto, en primer lugar, no se entiende que las decisiones sobre preponderancia económica (léase dominancia o PSM) no estén ancladas a la definición de mercados relevantes, la cual, como se ha comentado extensamente, implica una exhaustiva caracterización, cualitativa y cuantitativa, de los patrones de sustituibilidad del (de los) servicio(s) estudiado(s), tanto por el lado de la demanda como de la oferta. Este es el punto de partida universal de los análisis de competencia que adelante la Comisión Europea: una incorrecta definición del mercado relevante, por construcción, llevará a conclusiones erróneas en materia regulatoria, como bien se ha constatado para el caso en comento.

Sin embargo, aun concediéndole al Instituto su definición del mercado (o “sector”), la doctrina europea dicta que declararlo como susceptible de regulación ex ante, condición necesaria para configurarse la dominancia, también denominada preponderancia económica, de un agente o grupo de agentes, debe estar precedida por el denominado Test de los Tres Criterios, que consta de: (i) un exhaustivo análisis de competencia actual y potencial (barreras a la entrada económicas, legales, administrativas, etc.) para determinar si hay una falla de mercado; (ii) una evaluación de la evolución del mercado y su habilidad para corregir la falla por sí mismo; y (iii) la capacidad del derecho de la competencia para, de manera ex post, promover la asignación eficiente de los recursos en el mercado.

De apegarse a ese proceder, no solo el IFT habría advertido que no hay una falla de mercado en la primera etapa de la prueba, sino que, incluso llegando a la errada conclusión de que sí la hay (gracias a la sobreestimación del supuesto poder de mercado que ostenta el AEPR en los lados publicitarios y de consumo de contenido del mercado relevante), en la segunda etapa se habría percatado de que el lado publicitario del mercado estaba tendiendo a corregirla. En efecto, el mismo Instituto trae a colación que [REDACTED]

[REDACTED] Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

[REDACTED] Más aún, la información que soporta este análisis da cuenta de que este fenómeno se acentuó en 2021 y 2022 y, hacia adelante, se profundizaría aún más. Finalmente, qué más contundente que el deterioro para validar que, de haber existido algún poder de mercado significativo, la evolución natural del mercado lo ha disipado, que [REDACTED]

[REDACTED] Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

No encuentra este perito línea argumental alguna que pueda defender la supuesta capacidad del AEPR declarado por el IFT, o de sus miembros, para incidir de manera significativa en el proceso de formación de precios en el mercado publicitario en México, tanto para la definición de mercado que maneja el Instituto como para la definición aquí sugerida. Dicho de otra manera, el AEPR, o sus miembros, no puede(n) actuar en independencia de sus competidores en lo que a la arista publicitaria del mercado respecta: esta es la negación de la definición de Poder Significativo de Mercado (PSM), también denominado preponderancia económica en el contexto mexicano, usada por las agencias regulatorias que el Instituto acostumbra a seguir para sus actuaciones.

Consideraciones del Instituto:

La respuesta del perito señala que el Instituto ha cometido arbitrariedades en el análisis del mercado de publicidad, y que, por lo tanto, el AEPR no tiene capacidad para incidir de manera significativa en el proceso de formación de precios en el mercado publicitario en México.

De una simple lectura de las argumentaciones del perito, se desprende su desconocimiento de la materia, puesto que señala el término “Poder Significativo de Mercado”, siendo que éste no existe en materia de competencia económica, de la misma manera refiere “Poder Significativo de Mercado (PSM), también denominado preponderancia económica en el contexto mexicano”, cuando es incontrovertible que el Poder Sustancial de Mercado y el régimen de Preponderancia son figuras jurídicas completamente distintas, ya que la preponderancia nació en el seno de la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, y el Poder Sustancial de Mercado es una figura que ha existido en las Leyes de Competencia Económica, con una regulación, implementación y alcances completamente distintos, por lo que es patente el desconocimiento de la materia de competencia económica por parte del Perito en Cuestión, situación que recalca la falta de sustento de sus afirmación y conclusiones.

Sin embargo, también señala en la respuesta que no es posible concebir la prestación de servicios como el STR sin el acceso a pauta publicitaria, y que el operador de televisión o plataforma de contenido es un facilitador de los múltiples intercambios para que todas las partes involucradas maximice el volumen de transacciones y, en retorno, sus beneficios. De igual forma, el perito propone una definición de mercado relevante que resulta inaplicable dada la naturaleza del presente procedimiento. No obstante lo anterior, la explicación presentada no justifica que el Instituto deba modificar las medidas notificadas en el Oficio de Inicio.

Respecto a la pregunta del numeral 6, señala:

6. Que explique el perito cuáles son los efectos que anticipa sucedan si se impone una carga regulatoria mayor al Agente Económico Preponderante en Radiodifusión en materia

de publicidad, tal como se piensa hacer en el proyecto de nuevas medidas que tuvo a su disposición en preparación para este cuestionario.

Respuesta del perito:

En los actos administrativos que ha puesto a consideración del AEPR, el Instituto modifica una serie de medidas regulatorias que le son aplicables, e introduce otras nuevas. **La carga regulatoria que resultaría de refrendarse esta propuesta**, a la luz de lo expuesto anteriormente en este dictamen, **podría llevar a un deterioro irreversible en las condiciones de competencia del mercado en que opera el AEPR.**

Considerando lo señalado en el apartado inmediatamente anterior, este paquete de medidas, especialmente en materia de publicidad, contraviene las recomendaciones de la academia y las buenas prácticas regulatorias a nivel internacional. Al partir de una definición errónea del mercado relevante sujeto de intervención, el Instituto se arriesga a que sus remedios amplifiquen, en vez de corregir, la supuesta falla de mercado, que en cualquier caso ya fue desestimada anteriormente en este documento.

La propuesta de modificaciones a la medida de preponderancia VIGÉSIMA PRIMERA es particularmente riesgosa. La obligación de revelar información detallada sobre el mecanismo de definición de tarifas del AEPR, amparada en el aparente propósito de dotar de mayor transparencia y fomentar la competencia en el lado publicitario del mercado en el que concurre, puede terminar provocando lo opuesto a lo que se propone: (i) deteriorar la capacidad de operadores mexicanos para competir efectivamente en un mercado mundial con agentes dominantes; y, en retorno, (ii) perjudicar a los consumidores de contenido audiovisual en México. Como ya se ha comentado, en mercados de múltiples lados, como aquel en el que participa el AEPR, intervenciones en un lado pueden tener repercusiones no deseadas en otros lados.

En el lado de pauta publicitaria del mercado en cuestión concurren multiplicidad de agentes que ofrecen espacios publicitarios, en todos los medios y formatos. Respecto a los medios digitales, [REDACTED]

[REDACTED] Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral [REDACTED]

[REDACTED], apropiándose de una mayor porción del gasto en publicidad destinado por el sector real, en detrimento de los operadores tradicionales. En efecto, como ya se mostró, la participación del AEPR en este lado del mercado ha venido cayendo consistente y considerablemente en la última década, [REDACTED] Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral [REDACTED] en México en el primer semestre de 2023.

La publicidad programática, como se reseñó anteriormente, ha explicado en buena medida esta reconfiguración en favor de estos grandes actores del ecosistema digital. En particular, el grado de sofisticación en la estrategia de determinación de precios que emplean estas

plataformas les ha permitido masificar el acceso a espacios para pauta publicitaria, a la vez que ha reducido sus costos.

Como la literatura económica lo demuestra, utilizar características observables de los demandantes (sexo, edad, nivel educativo, ciudad de residencia, intereses, etc.) de un producto o servicio para discriminar precios, siempre y cuando habilite su acceso a un grupo de consumidores que otrora no lo lograría, es deseable desde el punto de vista del bienestar social. Así, mecanismos como los de subasta invertida que utiliza Google para fijar el costo de sus anuncios, aunados a la granularidad de la oferta por espacios, promueven la asignación eficiente de recursos en este lado del mercado.

Estrategias de fijación de precios como las que utiliza el AEPR, y que el Instituto propone revelar mediante la modificación de la medida de preponderancia vigésima primera, no solo cumplen un rol similar en el mal llamado (por el Instituto) segmento tradicional del lado publicitario del mercado, **habilitándole el acceso a espacios de pauta a anunciantes que, de lo contrario, no lo tendrían, sino que le permiten competir de manera más eficiente con los actores dominantes del ecosistema digital.**

Naturalmente, el conjunto de características que utilizan estas plataformas digitales y, más aún, los algoritmos de procesamiento **(como la ponderación de las diferentes variables dentro de la ecuación de precios)** de los datos, son privados, revelando solo algunos elementos que pueden guiar la decisión del anunciante; tal como opera actualmente para el AEPR. Así, **obligar a revelar esta información, que por demás es sensible y propietaria, pondría en manifiesta desventaja a los miembros del AEPR al momento de competir por anunciantes (y también a los anunciantes al revelar su gasto) con operadores que ostentan verdadero poder significativo en ese lado del mercado,** como lo son **Nombres de personas morales**

Las ramificaciones de segundo nivel de esta serie de medidas impactarían directamente a los consumidores mexicanos. Al ser un mercado de múltiples lados, el deterioro en las condiciones a las que el AEPR puede competir en la arista publicitaria llevaría necesariamente a que los costos en que tienen que incurrir los otros lados del servicio incrementen, como bien será el caso del desarrollo de contenido audiovisual (que puede materializarse en una menor calidad del material) y, más aún, de su acceso, bien sea a través de STR (a través de más tiempo al aire dedicado a pauta) o de STAR (mayores tarifas para contratar el servicio).

Cuando la tendencia de los reguladores a nivel mundial ha sido la de tomar medidas para controlar el poder significativo que ostentan las plataformas digitales en los mercados que involucran pauta publicitaria, como bien lo demuestran los procesos por dominancia y conductas anticompetitivas abiertos en la Unión Europea y Estados Unidos a Google y Meta, (también en estados unidos hay preocupación, ver liga en comentario anterior) no se entiende que el regulador mexicano opte por incrementar la carga regulatoria a los actores locales que compiten con grandes jugadores en la arena global. Por el contrario, **el**

Instituto no sólo debería propiciar la desregulación del mercado local (a la luz de toda la evidencia presentada en este dictamen), sino que debería de enfocar sus esfuerzos en prevenir que los grandes operadores globales abusen de su poder de mercado, en detrimento de las empresas y consumidores mexicanos.

De proceder con el injustificado incremento en la carga regulatoria a un AEPR que de preponderante poco o nada le queda, **es claro para este perito** que, a la luz de la evidencia recogida en el presente documento, **las condiciones del segmento de radiodifusión del mercado relevante (que comprende el desarrollo y difusión de contenido, así como los espacios para pautar), y que es esencial para los hogares mexicanos que aún no cuentan con acceso a Internet, se seguirían deteriorando en los años por venir.** No sólo la situación financiera de los miembros del AEPR se vería seriamente afectada, sino que los beneficios que desprenden los mexicanos de la prestación de un servicio esencial, como lo es la televisión lineal, se verían mermados considerablemente; todo esto en favor de multinacionales cuya dominancia en estos mercados es perseguida por otras autoridades regulatorias en el resto del mundo.

Consideraciones del Instituto:

De la respuesta emitida por el perito se desprende que de la lectura a la modificación de la medida no se especifica que la información que se pretende que presente el AEPR, es únicamente para el Instituto y de carácter informativo, para entender la posible discriminación que el mismo AEPR pueda realizar en perjuicio de la competencia. No se pretende revelar la información para la misma competencia de los anunciantes.

También es importante señalar que la respuesta, nuevamente está involucrando a todos los tipos de medios de publicidad, principalmente al digital, el cual, como se ha venido mencionado, impacta a los usuarios de plataformas digitales con acceso a Internet.

Referente a la pregunta número 7 señala:

7. Que explique el perito la razón de su dicho.

Respuesta del perito:

La razón de mi dicho esta soportada en mi experiencia, así como en mi leal y saber entender expuesto en las respuestas del presente dictamen.

Prueba 12. La Inspección Ocular

Consistente en la visita que realice el funcionario adscrito al Instituto a las instalaciones de GTV-Televisa, ubicadas en [REDACTED] Domicilio de persona moral [REDACTED] para efecto de verificar y constar (i) la operación que se lleva a cabo para distribuir señales radiodifundidas y de televisión restringida en la infraestructura de Televisa (ii) los equipos de telecomunicaciones necesarios para llevar a cabo la distribución de señales de televisión restringida, (iii) capacidad satelital con la que

cuenta Televisa e (iv) imposibilidad técnica para ofrecer canales de programación radiodifundidos desde localidades.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona: con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, (IX) **Medida relacionada con la oferta de canales de programación.**

Objeto de la prueba: acreditar que contrario a lo que señala el Instituto, existe una imposibilidad técnica para ofrecer los canales de programación en los términos que pretende esa (*sic*) Instituto.

Valoración: la prueba en análisis tiene valor probatorio indiciario de conformidad con lo dispuesto en los artículos 79, 93 fracciones III y VII, 133, 188, 197, 203, 210-A y 217 del CFPC de aplicación supletoria de la LFTR, de conformidad con su artículo 6, fracción VII; sin embargo, la prueba resulta ser insuficiente para acreditar que, económica y técnicamente las implicaciones de las modificación a las medidas en materia de Publicidad que pudieran generar sobre la dinámica de la industria y el bienestar social y menos en las condiciones de competencia del mercado en que opera el AEPR.

Lo anterior, en virtud de que la prueba de inspección ocular trata sobre el examen sensorial directo realizado por los servidores públicos en cosas u objetos que están relacionados con la Medida relacionada con la oferta de canales de programación, cuya finalidad es aclarar o fijar hechos relativos a la regulación que no requieran conocimientos técnicos especiales; es decir, su objeto atiende a lo que se puede percibir a través de los sentidos con verificación al momento.

Una vez precisado lo anterior, la inspección ocular realizada el treinta y uno de octubre de dos mil veintitrés, por personal adscrito a la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, en la cual, en su inicio GTV-Televisa, mostró una presentación para dar contexto al proceso técnico para radiodifundir las señales del servicio de televisión radiodifundida y televisión restringida de los canales que tiene GTV-Televisa, como se observa de la transcripción siguiente.

“Acto seguido, se trasladó al personal del Instituto al “Centro de Enlaces Ascendentes” para visualizar todos los equipos de compresión, modulación, transmisión de las señales radiodifundidas, después se procedió a lo que denominan “Granja de Antenas”, y se explicó por parte del personal de la empresa el proceso que tenían las señales para su transmisión, después se regresó al centro de enlaces ascendentes para observar el monitoreo de las señales transmitidas y análisis de la señal recibida. Posteriormente se procedió a ver los equipos de compresión, modulación y multiplexación de las señales para televisión restringida, en donde el personal de la empresa visitada explicó

de forma general el funcionamiento de los equipos y el tratamiento de las señales para el servicio de televisión restringida, después regresamos a la granja de antenas para observar la antena que transmite las señales al satélite correspondiente a lo que el personal explicó su funcionamiento y análisis de la señal del servicio de televisión restringida.

Sobre lo anterior se anexan al presenta acta las fotos correspondientes de los equipos.

Acto continuo, el C. [Nombre de persona física] y [Nombre de persona física] en uso de la voz de GTV y Televisa, respectivamente manifestaron que, “de la revisión ocular se comprueba la capacidad satelital contratada está completamente utilizada; asimismo, manifestó que, las estaciones receptoras de televisión radiodifundida localizadas en el territorio nacional no pueden retransmitir ninguna señal, solo está diseñada (infraestructura) para recibir señales, es decir, no pueden realizar el u porque no tiene la capacidad, el equipo ni los permisos”.

Finalizaron manifestando que, “con relación con la distribución de las señas de televisión restringida que se ofrece a través de [Nombre de persona moral], se acredita que las mismas se ofrecen y entregan a los licenciarios/cableoperadores a través del satélite correspondientes los cuales se encargan bajo su responsabilidad, de realizar su recepción y decodificación (downlink) para redistribuirlos en sus sistemas a sus suscriptores. Las empresas objeto de la presente diligencia no cuenta con la capacidad, como se comprobó en la presente diligencia, para ofrecer las señales en cada localidad”.

Asentado lo anterior, es de mencionar que, atendiendo a la naturaleza jurídica de la inspección judicial, la percepción que el servidor público haga de las instalaciones objeto de la prueba no debe requerir ningún conocimiento especializado, sino que será simplemente la percepción que ellos puedan captar como cualquier persona, toda vez que si se requiriera de algún conocimiento especializado para ello, esto ya no sería materia de la prueba de inspección judicial, sino de un medio probatorio distinto como lo es una pericial.

En este tenor la inspección ocular ofrecida por GTV-Televisa para determinar la imposibilidad técnica para ofrecer los canales de programación en los términos que pretende el Instituto, no es idónea con la naturaleza de la citada prueba, toda vez que dicho medio de convicción está limitada solo a lo que los servidores públicos percibieron en la fecha y hora indicadas para su desahogo, como se acredita con las actas levantada en día treinta y uno de octubre de dos mil veintitrés, pues de la misma se observó lo siguiente:

La existencia de diverso equipo que, a decir del personal técnico de GTV-Televisa, son utilizados para la comprensión, modulación, transmisión de señales para su radiodifusión

y su monitoreo. Del mismo modo, se pudo observar la existencia de antenas parabólicas que a decir del personal técnico son utilizadas para la transmisión de señales para su posterior radiodifusión. Así también, se observó un segundo grupo de equipos de comprensión, modulación, transmisión de señales utilizado para su distribución a sistemas de paga. Cabe destacar que, no es posible constatar lo que pretende el oferente en un solo momento, pues lo manifestado por los CC. [Nombre de persona física] y [Nombre de persona física], implica que con el desarrollo propio de la actividad realizada por GTV-Televisa a través del tiempo no depende de la prueba de mérito, por no poder apreciarse con los sentidos del funcionario público del Instituto durante el desahogo de la prueba.

Por consiguiente, la prueba de inspección ocular no resulta idónea para acreditar los extremos que pretende la oferente GTV-Televisa, esto es, con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, (IX) Medida relacionada con la oferta de canales de programación, pues, en caso contrario, se estaría desvirtuando la propia naturaleza de la inspección judicial.

Sin embargo, la prueba resulta no se idónea para desvirtuar lo propuesto en el Oficio de Inicio respecto de las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas con las que se relaciona.

Finalmente, la inspección ocular en estudio solo resulta apta para tener por justificados los hechos que se observaron en el acto mismo de la diligencia, pero no para inferir en ella hechos o cuestiones diversas a la inspección propiamente dicha.

Prueba 13. Instrumental de actuaciones

Valoración: la prueba en análisis tiene valor probatorio en los términos señalados en el presente apartado de pruebas y en el análisis de las manifestaciones vertidas por el oferente, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 79 y 197 del CFPC de aplicación supletoria a la LFTR, de conformidad con su artículo 6, fracción VII.

Resulta aplicable por analogía la Tesis: I.8o.A.93 A (10a.), emitida por los Tribunales Colegiados de Circuito, con número de Registro 2011980, localizable en el Semanario Judicial de la Federación, Libro 31, junio de 2016, Tomo IV, Décima Época, página 2935, cuyo rubro y texto se transcriben:

“INSTRUMENTAL DE ACTUACIONES EN EL JUICIO CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO FEDERAL. CUANDO ALGUNA DE LAS PARTES LA OFREZCA, LA SALA SÓLO ESTÁ OBLIGADA A TOMAR EN CUENTA LAS CONSTANCIAS QUE OBREN EN EL EXPEDIENTE, AL HABER SIDO APORTADAS DURANTE ESE PROCEDIMIENTO Y NO EN UNO PREVIO. El artículo 93 del Código Federal de Procedimientos Civiles, de aplicación supletoria al juicio contencioso administrativo federal, no considera

*expresamente como medio de prueba a la instrumental de actuaciones. Por su parte, la Suprema Corte de Justicia de la Nación, a través de su otrora Cuarta Sala, en la tesis publicada en el Semanario Judicial de la Federación, Séptima Época, Volumen 52, Quinta Parte, abril de 1973, página 58, de rubro: “PRUEBA INSTRUMENTAL DE ACTUACIONES, QUÉ SE ENTIENDE ”OR.”, determinó que aquélla no existe propiamente, pues no es más que el nombre que, en la práctica, se da a todas las pruebas recabadas en un determinado negocio. Asimismo, en términos de los artículos 46 y 50 de la Ley Federal de Procedimiento Contencioso Administrativo, las Salas, al dictar sus sentencias, deben examinar todas las constancias que integran el expediente, con la finalidad de resolver en concordancia con lo actuado ante aquéllas, **lo cual implica que no se tomen en cuenta documentos que no se hubiesen allegado al juicio**, como puede ser el expediente administrativo de origen, si no se exhibió. En consecuencia, cuando alguna de las partes ofrezca la instrumental de actuaciones, la Sala sólo está obligada a tomar en cuenta las constancias que obren en el expediente del juicio contencioso administrativo, de lo cual se infiere que, para que ello suceda, éstas deben estar agregadas en autos, al haber sido aportadas durante ese procedimiento y no en uno previo”.*

(Énfasis añadido)

Prueba 14. La presuncional.

La Presuncional en su doble aspecto, legal y humana consistente en todo lo que beneficie a GTV-Televisa.

Valoración: la prueba en análisis tiene valor probatorio en los términos señalados en el presente apartado de pruebas y en el análisis de las manifestaciones vertidas por el oferente, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 79, 93 fracción VIII, 190, 191 y 218 del CFPC de aplicación supletoria a LFTR, de conformidad con su artículo 6, fracción VII.

Resulta aplicable por analogía la Tesis: XI.2o.C.5 C (10a.), emitida por los Tribunales Colegiados de Circuito, con número de Registro 2020604, localizable en el Semanario Judicial de la Federación, Libro 70, septiembre de 2019, Tomo III, Décima Época, página 2202, cuyo rubro y texto se transcriben:

“PRUEBA PRESUNCIONAL HUMANA. AL NO ESTAR REGLAMENTADA SU INTEGRACIÓN EN EL CÓDIGO FEDERAL DE PROCEDIMIENTOS CIVILES, DEBE ACUDIRSE A LA DOCTRINA. Los artículos 190 a 196 del ordenamiento legal invocado, regulan la prueba presuncional, su clasificación y forma de valorarse; empero, tratándose de la humana, no reglamenta la manera en la que se conforma; motivo por el cual, resulta prudente acudir a la doctrina, en términos de la tesis aislada 2ª. LXIII/2001 de la Segunda Sala de la Suprema

*Corte de Justicia de la Nación. Ahora, a la presunción humana se le ha ubicado como prueba indiciaria o prueba por indicios, al tratarse de un razonamiento de un hecho conocido o probado, a otro que no lo es, si entre ambos existe un enlace preciso y directo según las reglas del criterio humano. De ahí que, el procedimiento racional para analizar la actualización de la prueba presuncional humana, debe seguir estándares determinados, a saber: **El primero, está constituido por los hechos base, mismos que deben encontrarse suficientemente acreditados por cualquier medio de convicción; de tal forma que, si éstos no están suficientemente acreditados o han sido puestos en duda debido a contrapruebas y contraindicios, o porque se obtuvieron ilegalmente, entonces fallará la base probatoria de la cual debe partir imprescindiblemente la prueba y, por tanto, la misma no podrá ser aplicada.** El segundo elemento, es la formulación de una inferencia, está sujeta a un estudio de razonabilidad, a efecto de determinar si la misma resulta razonable, o si, por el contrario, es arbitraria o desmedida; es decir, **la inferencia debe encontrarse acreditada inequívocamente, de tal manera que exista una conexión entre los hechos base y los hechos consecuencia, en el sentido de que actualizados los primeros, se debe afirmar la generación de estos últimos.** Además, la inferencia debe surgir de forma natural e inmediata de los indicios que constituyen los hechos base, pues la eficacia de la presunción judicial disminuirá en la medida en que las conclusiones tengan que obtenerse a través de mayores inferencias y cadenas de silogismos. Así, la inferencia lógica debe sustentarse en máximas de la experiencia, esto es, en una clara idea de razonabilidad, de forma tal que el vínculo entre hechos base y hechos consecuencia debe construirse de modo coherente. Después de extraer las inferencias lógicas o lo que la doctrina ha denominado presunción abstracta, el juzgador deberá proceder al análisis de todo el material probatorio, para llevar a cabo un proceso de exclusión de cualquier otra posible conclusión, con la intención de determinar si resulta factible la actualización de otra hipótesis, lo cual restaría cualquier alcance a la prueba presuncional humana. Una vez realizado lo anterior, se actualiza lo que la doctrina ha llamado presunción concreta, misma que debe ser elemento probatorio plasmado por el juzgador en la resolución correspondiente”.*

(Énfasis añadido)

Cuarto.- Análisis de las manifestaciones realizadas por GTV-Televisa, que forman parte del Agente Económico Preponderante en el Sector de Radiodifusión.

Es de reiterar lo señalado en el segundo párrafo del Antecedente Octavo, esto es, que derivado de la ejecutoria dictada en el amparo en revisión R.A. 751/2018, para GTV-Televisa, les resultó y les resultan aplicables las medidas contenidas en la **Resolución de Preponderancia** señalada en el Antecedente Segundo, y las medidas a que se refiere la

Resolución Bienal 2017 mencionada en el Antecedente Quinto, les resultan aplicables a las empresas Afiliadas Independientes determinadas como parte del AEPR.

Igualmente, resulta importante mencionar que las Afiliadas Independientes determinadas como parte del AEPR, a quienes se les notificó debidamente el Oficio de Inicio de Procedimiento, no presentaron manifestaciones ni aportaron prueba alguna.

Una vez asentado lo anterior, se procede a analizar las defensas y argumentaciones de manera conjunta y en el orden planteado por GTV-Televisa, debido a que sus manifestaciones y probanzas son esencialmente las mismas, respecto del procedimiento de evaluación de medidas impuestas al AEP y su consecuente modificación, supresión o adición.

Manifestaciones de GTV-Televisa.

A) CUESTIONES PROCESALES Y FORMALES

I. CADUCIDAD DE LA INSTANCIA POR INACTIVIDAD PROCESAL, DE CONFORMIDAD CON LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 60 DE LA LEY FEDERAL DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO, EN RELACIÓN CON EL ARTÍCULO 17 DE ESE MISMO ORDENAMIENTO.

En el presente apartado GTV-Televisa expone la supuesta ilegalidad del procedimiento para la modificación, supresión o adición de las Medidas al AEPR, debido a que, se considera que las facultades del Instituto caducaron, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 60, en relación con el artículo 17 de la LFPA ordenamiento supletorio a la LFTR.

Lo anterior, ya que el procedimiento para la modificación, supresión y/o adición de Medidas tuvo inactividad procesal por más de tres meses y treinta días hábiles, términos legales establecidos por el artículo 60 de la LFPA, en relación con el artículo 17 del mismo ordenamiento, por lo cual se consideran facultades caducadas.

El procedimiento administrativo se establece tanto en beneficio de la autoridad administrativa, ya que tiene la pretensión de dictar sus actos conforme a derecho, en legitimar su actuar en beneficio de su propio prestigio, como de los particulares administrados que quieren estar protegidos en contra de las arbitrariedades y caprichos de la autoridad administrativa, es decir, que se cumplan con las formalidades preestablecidas en la ley, otorgando seguridad jurídica.

El artículo 60 de LFPA regula esta figura y señala que los procedimientos iniciados de oficio caducarán en el plazo de treinta días contados a partir de la expiración del plazo para dictar resolución. En el caso de los procedimientos iniciados a instancia de parte caducarán cuando transcurran tres meses y se paralice el procedimiento por culpa del interesado, previa advertencia por parte de la autoridad administrativa. Esta figura de la caducidad aplica no sólo a los procedimientos seguidos en forma de juicio, como el sancionatorio, sino

a todos los procedimientos administrativos, como, por ejemplo, el de visita de verificación y el de requerimiento de información.

Esta postura se robustece con la ejecutoria que dio origen a la Tesis de Jurisprudencia 190/2009, aprobada por la Segunda Sala de la **SCJN**, en donde señala que las autoridades administrativas en todos los procedimientos iniciados de oficio se encuentran obligadas a dictar una resolución en la que se defina la situación del particular, precisando que esa circunstancia no se encuentra limitada a los procedimientos sancionatorios, sino a todos los regulados por la LFPA, sin excepción alguna.

De igual forma, la Tesis Aislada I.1o.A.E.71 A (10a.) fortalece esta postura al señalar que, si la inactividad procesal se produce en una etapa previa a la resolución, también se actualiza la figura de la caducidad siguiendo el principio de derecho conforme al cual donde existe la misma razón debe existir la misma disposición.

Para computar el plazo de treinta días para que opere la caducidad en diversos procedimientos administrativos, no existe disposición expresa que señale el plazo para dictar una resolución, por lo que es necesario acudir a la Tesis Aislada I.1o.A.E.87 A (10a.) de la Décima Época que refiere, específicamente a las visitas de verificación, sin embargo de una aplicación por analogía, se puede concluir que al realizar una interpretación sistemática y funcional en primer término del artículo 17 de la LFPA que refiere que, salvo disposición en contrario, no puede exceder de tres meses el tiempo para que la autoridad administrativa resuelva lo que corresponda.

De conformidad a lo expuesto en el párrafo anterior, debe entenderse que el plazo para computar el término de la caducidad en procedimientos iniciados de oficio, en cualquier etapa procesal, es el término de tres meses, más treinta días hábiles.

A fin de acreditar que en el presente procedimiento ha operado la caducidad en los términos referidos, es necesario establecer, que al resolver el juicio de amparo indirecto 1161/2017 promovido por el Agente Económico Preponderante en Telecomunicaciones (“AEPT”) en contra de la resolución bienal correspondiente al año 2017 en ese sector, el Segundo Juzgado de Distrito Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones concluyó que el procedimiento para la evaluación de las Medidas de Preponderancia *“implica una acción que se despliega con el fin de estimar, apreciar o calcular el valor de algo, en este caso el impacto económico generado por cierta regulación (Medidas asimétricas aplicables al preponderante) y en aquella deben entenderse comprendidas todas las actuaciones tendentes a cumplir este fin...”*

Asimismo, la entonces Juez de Distrito indicó que el Acuerdo por el que el IFT ordenó la consulta pública constituye el primer acto tendiente a evaluar las Medidas regulatorias impuestas al AEP, en virtud de que *la aprobación de esa disposición fue el primer acto que desplegó el Instituto Federal de Telecomunicaciones, tendente a estimar el impacto económico generado por las Medidas regulatorias impuestas al preponderante*

*telecomunicaciones; circunstancia que implica que **desde el momento en que fue emitido tal Acuerdo, el órgano constitucional comenzó con la evaluación prevista en las Medidas a que se ha hecho referencia.***

La determinación anterior, quedó firme a través del amparo en revisión 256/2020 de la Segunda Sala de la SCJN sin mayor pronunciamiento, al considerarse que el AEPT no combatió frontalmente los argumentos expuestos por la Juez de Distrito.

Así pues, en línea con el precedente antes señalado, el IFT al emitir la resolución bienal correspondiente al año 2019 en el sector de telecomunicaciones determinó respecto a la temporalidad de la resolución bienal, lo siguiente⁷²:

*“...atendiendo a lo resuelto por el Poder Judicial de la Federación, la evaluación implica realizar un procedimiento administrativo de oficio que el Instituto despliega en ejercicio de sus facultades regulatorias, por lo que **en la evaluación deben entenderse comprendidas todas las actuaciones tendientes a cumplir ese fin.***

*Conforme a lo anterior, el Instituto actúa en tiempo y forma para iniciar la evaluación de medidas pues esta inicia con cualquier acto encaminado a lograr el propósito valorativo correspondiente al impacto de las medidas, independientemente de su naturaleza, **por lo que de ninguna forma debe entenderse que la segunda revisión bienal comenzó con la notificación del Oficio de Inicio al AEPT... sino con cualquier acto encaminado a lograr el propósito valorativo correspondiente al impacto de las medidas, independientemente de su naturaleza,** por lo que de ninguna forma puede entenderse que la segunda revisión bienal comenzó con la notificación del Oficio de Inicio al AEPT...sino con todas aquellas acciones que desplegó la DGDTR (por ej., **gestiones de coordinación interna y preparación de proyecto de consulta pública, entre otras actividades**) y que, de manera evidente y lógica resultan necesarias para conformar el proyecto a ser notificado”.*

(Énfasis añadido)

Hasta aquí, es claro que la revisión bienal iniciará con cualquier acto encaminado a determinar el impacto de las Medidas regulatorias impuestas y no con la notificación del Acuerdo de Inicio del procedimiento correspondiente al AEP.

Efectivamente, de los antecedentes del procedimiento administrativo que nos ocupa se desprende que el 7 de abril de 2021, el Pleno del IFT aprobó mediante Acuerdo P/IFT/070421/133 la elaboración de una Consulta Pública sobre la efectividad de las

⁷² Resolución Bienal 2019 para el Sector Telecomunicaciones p. 58.

Medidas impuestas al AEP en radiodifusión, por un plazo de 20 días que comenzó el 12 de abril de 2021 y finalizó el 7 de mayo de 2021.

Posteriormente, el 24 de mayo de 2021, la Dirección General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión mediante oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/110/2021, solicitó a la Unidad de Cumplimiento un informe que reflejara la conducta que había tenido el AEPR. Dicho informe fue emitido mediante oficios IFT/225/UC/DG-SVRA/0490/2021 e IFT/225/UC/DG-SVRA/0491/2021, ambos de fecha 21 de diciembre de 2021, así como los oficios IFT/225/UC/DG-SVRA/0243/2022 e IFT/225/UC/DG-SVRA/0244/2022, ambos de fecha 11 de mayo de 2022 ("Informe Conductual").

El mismo 24 de mayo de 2021, la Dirección General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión mediante oficio IFT/221/UPR/DG-DTR/111/2021, solicitó a la UCE su opinión sobre el impacto en términos de competencia de las medidas que fueron impuestas al AEPR. En respuesta, la UCE emitió su Análisis en Materia de Competencia de las medidas impuestas al AEPR para el periodo marzo 2017 y diciembre de 2021.

Por lo que, es indudable que en diversas etapas del procedimiento ha transcurrido en exceso más de 3 meses y 30 días hábiles sin que el IFT haya efectuado ningún acto procesal dentro del procedimiento que nos ocupa.

Lo anterior resulta congruente con lo dispuesto por la Medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia, dispositivo que contempla la revisión bienal por parte del Instituto para realizar una evaluación del impacto de las Medidas en términos de competencia y con esto, tener la información actualizada del mercado al momento de emitir la resolución para modificar, suprimir y en su caso adicionar.

En efecto, la evaluación bienal inserta dentro de la función regulatoria del Instituto se encuentra encaminada a monitorear la eficacia del régimen asimétrico aplicable al AEPR, lo cual sirve de base para poder motivar la modificación, supresión, en su caso adición de la regulación. Razón por la cual, deben considerarse plazos razonables para la imposición de las nuevas reglas asimétricas en materia de preponderancia.

Así es, se hace evidente la necesidad de la consecución de los términos procesales que tutelan la seguridad jurídica del gobernado, al tener información actualizada que refleje la realidad del mercado y lo que dotará de eficacia a la regulación asimétrica resultado de la revisión bienal.

En el presente asunto, en los tiempos que se está desahogando el procedimiento, se hace evidente la inseguridad jurídica de mis representadas, tal y como se acreditará a lo largo del presente escrito.

En los términos expuestos, lo procedente es que se decrete la conclusión del procedimiento administrativo que nos ocupa al haber operado la caducidad de la instancia en términos de

lo dispuesto por el artículo 60 y 17 de la LFPA, por haber transcurrido más de 3 meses y 30 días hábiles entre actuaciones procesales, y en su caso, se ordene dar inicio a un nuevo procedimiento.

Consideraciones del Instituto.

En relación con las manifestaciones transcritas previamente, el Instituto expone lo siguiente:

Contrario a lo manifestado por GTV-Televisa, las facultades del Instituto no han caducado como inexactamente lo asevera, puesto que la evaluación de las medidas impuestas al AEPR implica distintos momentos y actuaciones por parte de este Instituto encaminados al mismo fin, evaluar el impacto de las medidas regulatorias aplicables al AEPR, facultades que se despliegan en distintos momentos y que tienen distinta naturaleza jurídica.

Para brindar mayor contexto sobre lo anterior, resulta pertinente retomar que la naturaleza jurídica de la revisión de medidas se centra en que el Instituto pueda revisar cada dos años el esquema regulatorio impuesto originalmente en la Resolución de AEPR.

En ese sentido, la revisión de medidas descansa en dos aspectos fundamentales: el primero, la libertad configurativa que el poder reformador confirió al Instituto desde el momento de su creación para diseñar la regulación a través de la cual cumpliría con los fines constitucionales que le fueron encomendados y, el segundo, la competencia originaria que constitucionalmente le fue otorgada al Instituto para crear la regulación asimétrica aplicable al AEPR.

A partir de ello, puede comprenderse que la decisión de llevar a cabo una revisión de medidas, con los tiempos y procedimientos que ella implica, es producto de la facultad discrecional del Instituto para que la regulación asimétrica no resulte inamovible durante su vigencia, en atención a la falta de dinamismo de los mercados y los cambios en el sector.

Así, cuando este Instituto Federal de Telecomunicaciones aprobó mediante Acuerdo P/IFT/070421/133, la elaboración de una Consulta Pública sobre la efectividad de las Medidas impuestas al AEPR por un plazo de 20 días que comenzó el 12 de abril y finalizó el 7 de mayo, ambos de 2021, ello implicó un ejercicio de las facultades regulatorias del propio Instituto, a fin de asegurarse la libre competencia y concurrencia en el sector de la radiodifusión, y si bien es cierto que dicha Consulta Pública es parte de la evaluación de medidas impuestas al AEPR, más cierto es que dicho acto, la Consulta Pública, o bien, la opinión en materia de competencia que emite la UCE, así como el Informe Conductual de la UC, no pueden ser considerados como etapas en el procedimiento administrativo de evaluación de medidas.

A mayor abundamiento, es claro que la evaluación de las medidas asimétricas impuestas al AEPR, consta de diferentes actos y actuaciones que tienen naturaleza distinta, pues, verbigracia, la Consulta Pública, la opinión en materia de competencia que emite la Unidad de Competencia Económica, o bien el Informe Conductual de la Unidad de Cumplimiento,

no constituyen etapas en el procedimiento administrativo en cuestión sino como actos que pertenecen al género de los actos administrativos no decisorios, preparatorios o instrumental consultivos, cuyo propósito es contribuir a que el órgano competente adopte una decisión en el caso concreto⁷³.

Por otra parte, el oficio de inicio de revisión de medidas asimétricas impuestas al AEPR, con el que se notifica a los integrantes del AEPR, en dicho caso se cumplen con todas las formalidades esenciales del procedimiento, por lo que este último sí resulta en un procedimiento administrativo en términos de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo; de conformidad con el artículo 6, fracción IV y último párrafo de la LFTR.

En este sentido, la evaluación de medidas asimétricas está inserta en la función regulatoria del Instituto Federal de Telecomunicaciones, encaminada a monitorear la eficacia del régimen asimétrico aplicable al preponderante en el sector de la radiodifusión con el objeto de que dicha regulación pueda dar cumplimiento al fin que persigue, y que dicha materia corresponde a una competencia constitucional, por lo que resulta evidente que no existe caducidad para facultades de este Instituto para evaluar el impacto de las medidas, en términos de las propias medidas.

Ahora bien, es importante destacar que durante de la presente evaluación de medidas asimétricas impuestas al AEPR, este Instituto emitió una serie de acuerdos de suspensión de plazos, a saber, i) P/IFT/EXT/200320/5⁷⁴, ii) P/IFT/EXT/260320/6⁷⁵, iii) P/IFT/010420/118⁷⁶, iv) P/IFT/EXT/200420/8⁷⁷, v) P/IFT/EXT/300420/10⁷⁸, vi) P/IFT/EXT/290520/12⁷⁹, vii) P/IFT/EXT/290620/20⁸⁰, viii) P/IFT/071020/275⁸¹ y ix) P/IFT/161220/571⁸², para evitar la propagación del virus SARS-CoV-2, y que tuvieron impacto en el tiempo que tomó allegarse de la información para la evaluación de medidas, sin que ello implique de manera alguna la caducidad para la presente evaluación, pues como se ha establecido, dicha figura no le resulta aplicable a los actos y actuaciones que debe llevar a cabo este Órgano Constitucional Autónomo para obtener la información correspondiente del sector de radiodifusión para determinar la pertinencia de adicionar, modificar o suprimir las medidas asimétricas impuestas al AEPR.

⁷³ Disponible en <https://sjf2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/2013659>

⁷⁴ Acuerdo publicado en el DOF el 26 de marzo de 2020. Disponible en:

https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5590465&fecha=26/03/2020#gsc.tab=0

⁷⁵ Acuerdo publicado en el DOF el 31 de marzo de 2020. Disponible en:

https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5590787&fecha=31/03/2020#gsc.tab=0

⁷⁶ Acuerdo publicado en el DOF el 07 de abril de 2020. Disponible en:

https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5591276&fecha=07/04/2020#gsc.tab=0

⁷⁷ Acuerdo publicado en el DOF el 29 de abril de 2020. Disponible en:

https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5592452&fecha=29/04/2020#gsc.tab=0

⁷⁸ Acuerdo publicado en el DOF el 08 de mayo de 2020. Disponible en:

https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5593076&fecha=08/05/2020#gsc.tab=0

⁷⁹ Acuerdo publicado en el DOF el 05 de junio de 2020. Disponible en:

https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5594583&fecha=05/06/2020#gsc.tab=0

⁸⁰ Acuerdo publicado en el DOF el 03 de julio de 2020. Disponible en:

https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5596159&fecha=03/07/2020#gsc.tab=0

⁸¹ Acuerdo publicado en el DOF el 19 de octubre de 2020. Disponible en:

https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5603056&fecha=19/10/2020#gsc.tab=0

⁸² Acuerdo publicado en el DOF el 28 de diciembre de 2020. Disponible en:

https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5608962&fecha=28/12/2020#gsc.tab=0

A más de lo anterior, no se puede considerar de ninguna manera que opera la caducidad del procedimiento de revisión de medidas, ni mucho menos que exista inseguridad jurídica, pues dicha revisión se encuentra alineada con la MEDIDA TRIGÉSIMA de la resolución de preponderancia del AEPR, por las razones antes expuestas.

Por tanto, resultan infundadas las manifestaciones de GTV-Televisa en el sentido de que operó la caducidad del procedimiento de la revisión de medidas, como ha quedado expuesto en el presente apartado.

Manifestaciones de GTV-Televisa.

II. EL PRESENTE PROCEDIMIENTO ES ILEGAL POR LO QUE HACE A LAS MEDIDAS ADICIONALES PROPUESTAS EN LOS OFICIOS AL NO HABERSE OBSERVADO LOS REQUISITOS PREVISTOS EN EL ARTÍCULO 266 DE LA LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN PARA TAL EFECTO, EN UNA APLICACIÓN CONJUNTA CON LA MEDIDA TRIGÉSIMA DE LA RESOLUCIÓN DE PREPONDERANCIA.

Se señala que la Resolución de Preponderancia si bien es cierto se emitió el 6 de marzo de 2014, previo a la entrada en vigor de la LFTR, también lo es, que éste último dispositivo legal, publicado el 14 de julio de 2014, reconoce la existencia y vigencia de la declaratoria de AEPR y contempla las disposiciones específicas respecto a la imposición de Medidas al AEPR.

Bajo ese escenario, el Instituto debe ceñir sus acciones a los cauces y límites legítimamente establecidos por la legislación, por lo cual, debió ajustar su actuar de conformidad con lo dispuesto tanto en el artículo 266 de la LFTR como lo dispuesto por la Medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia, ya que las mismas, se complementan y no se contraponen.

En efecto, en la LFTR no existe numeral alguno que prevea la potestad del Instituto de revisar cada dos años el impacto económico generado por las medidas regulatorias impuestas al AEPR, con la finalidad de modificarlas, suprimirlas y/o adicionarlas, por lo tanto, no se percibe conflicto entre lo dispuesto por el artículo 266 de la LFTR y la Medida Trigésima.

Tal y como lo reconoció la sentencia dictada en el juicio de amparo indirecto 1161/2017 promovido por el AEPT, por el Segundo Juzgado de Distrito Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones, la revisión bienal encuentra su fundamento en la función regulatoria del artículo 28 Constitucional y que éste decidió desplegar a través de la Resolución de Preponderancia.

En ese orden de ideas, el Instituto a la fecha tiene la obligación de observar lo dispuesto tanto por la Resolución de Preponderancia y por la LFTR, en relación con la imposición de Medidas al AEPR, en especial lo dispuesto para el artículo 266 de la LFTR, desde el

catálogo limitativo de Medidas respecto de las cuales se puede regular, hasta los requisitos para adicionar éstas.

En ese sentido, el legislador consideró en concordancia con lo establecido con la Medida Trigésima, que las adiciones a las Medidas regulatorias a las que se sujetará al AEPR deben encontrar plena justificación, ya que a través de un proceso de evaluación de impacto de las Medidas anteriores se haga evidente que no funcionaron y se requieran Medidas correctivas para solucionarlo, y en consecuencia resulta indispensable establecer la afectación económica que se pretende corregir, y justificar la razonabilidad de la medida adicional.

Resulta oportuno referir lo dispuesto por el estudio realizado en la sentencia dictada por la Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia en el expediente 751/2018 de fecha 21 de noviembre de 2019, derivada del juicio de amparo indirecto promovió por el AEPR en contra de la Resolución Bienal 2017, en la que se reconoció como adición la relativa a la materia de contenidos audiovisuales relevantes, y en consecuencia la necesidad del dictamen técnico-jurídico contemplado en el artículo 266, fracción XXIV de la LFTR:

*“En el mismo sentido, resulta fundado el agravio mediante el cual se combate la decisión de declarar legal la determinación de la autoridad reguladora al imponer al Agente Económico Preponderante en radiodifusión la prohibición de adquirir, directa o indirectamente, derechos para transmitir en exclusiva contenidos audiovisuales relevantes, a través de televisión radiodifundida para cualquier lugar del territorio nacional; tomando en consideración, primero, que al no contemplarse un mecanismo para distinguir los derechos y obligaciones que en lo individual tienen los integrantes del Agente Económico Preponderante; entonces, a las ahora recurrentes no puede imponérseles deberes sobre bienes de los que jurídicamente no puede disponer. En otras palabras, no hay razón para que las promoventes se obliguen, a nombre de otras sociedades integrantes del Agente Económico Preponderante sin distinción alguna, por la simple razón de que no integran un grupo corporativo, ni se trata de una misma persona moral, pues si bien el Agente Económico Preponderante debe cumplir con las medidas impuestas en la resolución de preponderancia; lo cierto es que a las ahora recurrentes no puede imponérseles obligaciones sobre bienes de los que jurídicamente no dispone, pero sobre todo, lo que debe resaltarse, es que **la modificación es inválida por la ausencia de un dictamen en términos del artículo 266, fracción XXIV, de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.**”*

En conclusión, los actos del instituto están sujetos al cumplimiento de los parámetros normativos que les impone legítimamente el Congreso de la Unión (en la LFTR), por lo que, al adicionar Medidas en la propuesta realizada, el Instituto debió observar lo dispuesto en el artículo 266 de la LFTR, al ser una disposición vigente y aplicable al caso concreto, en adición a lo dispuesto por la Medida Trigésima.

En efecto, el Instituto debe ceñir sus acciones a lo legítimamente establecido por la legislación, por lo cual, debió ajustar su actuar de conformidad tanto con lo dispuesto en el artículo 266 de la LFTR, así como lo dispuesto por la Medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia, por lo tanto, debió: (i) realizar una evaluación del impacto de las Medidas en términos de competencia por una temporalidad de cada dos años, (ii) motivar que su determinación resulta proporcional y conducente con los fines que originalmente buscaba cada medida, así como, tratándose de adiciones de Medidas a las previamente impuestas, emitir un dictamen en el que se establezca como mínimo: a) La posible afectación a la competencia que se pretende corregir, y b) La razonabilidad de las nuevas Medidas con relación a dicha afectación.

Ciertamente, el instituto no puede desconocer su obligación legal contenida en el artículo 266 de la LFTR, ya que éste dispone los términos y condiciones vigentes para la imposición de Medidas en materia de preponderancia en el sector de radiodifusión. El no considerarlo dentro de la fundamentación de los Oficios, no exime que el Instituto debió observar los requisitos legales correspondientes.

En ese tenor, es inconcuso que en la especie el IFT no cumplió con las exigencias del artículo 266, fracción XXIV, de la LFTR, pues las Medidas adicionales propuestas en los Oficios únicamente fueron supuestamente motivadas y justificadas en el Informe Conductual y en el Análisis en Materia de Competencia, los cuales no pueden constituir un dictamen en el que al menos se estableciera la posible afectación a la competencia que se pretendía corregir y la razonabilidad de las nuevas Medidas propuestas.

De ahí que las Medidas adicionales contenidas en los Oficios devengan ilegales al no cumplimentar los requisitos legales exigidos para la imposición de las adiciones propuestas, pues se reitera que no basta la simple afirmación del Instituto en el sentido de que existe una posible afectación a la competencia que deba ser corregida para que se justifique la imposición de Medidas adicionales, sino que debió haber motivado la imposición de las Medidas adicionales a fin de acreditar que su determinación resulta proporcional y conducente con los fines que originalmente buscaba cada Medida de conformidad con la Medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia y, adicionalmente, haber emitido dictamen que contuviera por lo menos la afectación que se pretende corregir y la razonabilidad de las Medidas tomadas, tal y como lo ordena el artículo 266 en su fracción XXIV de la LFTR.

La conclusión anterior, encuentra sustento en la determinación adoptada por la Segunda Sala de la SCJN en el citado Amparo en Revisión 751/2018, en el que, en lo que interesa, se resolvió lo siguiente:

“Por consiguiente, si precisamente el Instituto Federal de Telecomunicaciones es el órgano que tiene por objeto regular y promover la competencia y el desarrollo eficiente de las telecomunicaciones y la radiodifusión, que tiene a su cargo la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y

explotación del espectro radioeléctrico, los recursos orbitales, los servicios satelitales, las redes de telecomunicaciones, incluyendo las redes públicas de telecomunicaciones, y la prestación de los servicios públicos de interés general de radiodifusión y de telecomunicaciones, así como del acceso a la infraestructura activa y pasiva y otros insumos esenciales, y se considera como la autoridad en materia de competencia económica de los sectores de radiodifusión telecomunicaciones, ejerciendo en éstos, en forma exclusiva las facultades que legalmente le son conferidas y está facultado en materia de lineamientos técnicos relativos a la infraestructura y los equipos que se conectan a las redes de telecomunicaciones, así como en materia de homologación y evaluación de la conformidad de dicha infraestructura y equipos; luego, es innegable que sus determinaciones deben estar plenamente justificadas v técnicamente demostradas: por lo tanto, si en términos de lo establecido en el artículo 266, fracción XXIV, de la Ley Federal de Telecomunicaciones puede imponer al Agente Económico Preponderante aquellas medidas específicas adicionales que el Instituto considere necesarias para prevenir posibles afectaciones a la competencia previa emisión de un dictamen en el que se establezca como mínimo la posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir, y la razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación: luego, la simple narrativa de supuestos no acreditados o no acontecidos, no actualizan la exigencia a que hace referencia la disposición legal en comento.

(Énfasis añadido)

En atención a lo expuesto con anterioridad, las Medidas adicionales recién aludidas resultan ilegales y por lo tanto no deberán ser impuestas al AEPR, al no haber observado lo dispuesto por el artículo 266 fracción XXIV de la LFTR que establece que solo se pueden imponer Medidas adicionales en casos excepcionales y solo cuando dicha adición sea justificada de manera razonable a través del dictamen correspondiente con la finalidad de evitar afectaciones a la competencia y libre concurrencia, cuestión que no aconteció en la especie.

Consideraciones del Instituto.

En relación con las manifestaciones transcritas previamente, el Instituto expone lo siguiente: Resultan infundados los argumentos de GTV-Televisa, en virtud de lo siguiente:

Si bien la fracción XXIV, del artículo 266 de la LFTR señala:

“Artículo 266. En lo que respecta al sector de radiodifusión el Instituto podrá imponer las siguientes medidas al agente económico preponderante:

(...)

XXIV. Aquellas medidas específicas adicionales que el Instituto considere necesarias para prevenir posibles afectaciones a la competencia.

El Pleno del Instituto deberá emitir un dictamen en el que se establezca como mínimo:

a) La posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir, y

b) La razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación.”

(énfasis añadido)

De la lectura del artículo en cita no se advierte que el Instituto deba emitir el dictamen a que hace referencia la fracción XXIV antes de la notificación del oficio de inicio del procedimiento de revisión de medidas asimétricas impuestas al AEPR, máxime que el artículo hace referencia a las medidas que el Instituto podrá imponer al agente económico preponderante, lo que hace evidente que es el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones el órgano que está facultado para la emisión del citado dictamen.

Es en este sentido que, el referido dictamen se emite como parte de esta resolución, pues es el momento procesal oportuno para tal efecto, pues como se ha dicho, solamente el Pleno del Instituto está facultado para la emisión de dicho acto, que sustenta la posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir, así como la razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación, cumpliendo con ello los requisitos previstos en los incisos a) y b) de la fracción XXIV, del artículo 266 de la LFTR.

En este sentido, resulta infundado el razonamiento señalado por GTV-Televisa, en relación con la sentencia dictada por la Segunda Sala de la SCJN en el expediente **751/2018** de fecha 21 de noviembre de 2019, en la que se señaló la necesidad del dictamen técnico-jurídico contemplado en el artículo 266, fracción XXIV de la LFTR, específicamente, que la modificación a las medidas fue inválida por la ausencia de un dictamen, por lo siguiente:

El Oficio de Inicio no es una resolución provisional y mucho menos definitiva, si no la actuación a través de la cual el Instituto Federal de Telecomunicaciones notificó el inicio del procedimiento administrativo para la modificación, supresión y/o adición de medidas asimétricas aplicables a quienes fueron declarados integrantes del AEPR y en el cual se citan los preceptos legales, los motivos y razones de carácter técnico, económicos y jurídicos que legitiman el actuar de esta Autoridad.

Asimismo, el hecho de que el Oficio de Inicio se hubiere estructurado en antecedentes, considerandos, resolutivos y que plantee las modificaciones, supresiones y adiciones de las medidas asimétricas, resulta irrelevante ya que no lo convierten en una resolución preliminar, ni significa que se trata de una decisión de carácter definitivo o que desde el momento en que se expidió, se resolvió a *priori* la materia del procedimiento.

Lo anterior, en virtud de que el Oficio de Inicio únicamente tiene como finalidad emplazar al AEPR al Procedimiento Administrativo, por lo que su contenido debe entenderse únicamente como una propuesta, máxime que a partir de que surtió efectos su notificación al AEPR, este contó, como parte del procedimiento iniciado, con un plazo para manifestar y ofrecer las pruebas que a su derecho conviniera, así que la propuesta presentada a través del Oficio de Inicio se encuentra condicionada a la valoración de las manifestaciones, alegatos y medios de prueba aportados durante la tramitación de dicho procedimiento y solo hasta el momento en que se sustancien las etapas respectivas y que este Instituto emita la resolución definitiva se debe considerar que tales modificaciones, adiciones o supresiones constituyen pronunciamientos definitivos y son parte de la regulación asimétrica.

En línea con lo anterior, cabe resaltar que en términos del artículo 17 fracción I de la LFTR, en relación con la atribución establecida en la fracción XX del artículo 15 del mismo ordenamiento, **corresponde de manera indelegable al Pleno del Instituto resolver lo relativo a la imposición de las medidas**, por lo que resulta imposible que de manera provisional o preliminar este Instituto, a través de la Unidad de Política Regulatoria pueda emitir dicha resolución puesto que esta carece de tal atribución conforme a las normas internas que regulan el funcionamiento del Instituto.

Por lo anterior, corresponde al Pleno del Instituto emitir un dictamen en el que se establezca la posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir, y la razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación, es por ello que no existe ausencia del citado dictamen, puesto que como ha quedado señalado el multicitado dictamen técnico-jurídico forma parte de la presente resolución, cumpliendo cabalmente lo exigido por la ley de la materia en su artículo 266, fracción XXIV.

En ese entendido, resulta claro que es el Pleno del Instituto el órgano facultado para emitir el multicitado dictamen a que hace alusión la fracción XXIV del artículo 266 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, máxime que la Unidad de Política Regulatoria, no cuenta con atribución alguna en el Estatuto Orgánico del Instituto que le faculte para solicitar al Pleno el dictamen del que se duele GTV-Televisa y que deba estar señalado en la propuesta de adición y modificación de medidas, esto es, en el oficio de inicio, que como quedó analizado, es el medio legal a través del cual se hace del conocimiento a los integrantes del AEPR la propuesta de regulación y sobre la cual pueden manifestar y ofrecer las pruebas que a su derecho correspondan, teniendo como resultado la emisión de una resolución por parte del Pleno del Instituto, de conformidad con lo previsto en el Estatuto Orgánico y en la LFTR.

Derivado de lo anterior, se da cumplimiento a lo señalado en el razonamiento vertido por la Segunda Sala de la SCJN en el Amparo en Revisión **751/2018**, en el que señaló que en términos de lo establecido en el artículo 266, fracción XXIV de la LFTR el Pleno del Instituto puede imponer al Agente Económico Preponderante aquellas medidas específicas adicionales que el propio Instituto considere necesarias para prevenir posibles afectaciones

a la competencia previa emisión de un dictamen técnico- jurídico en el que se establezca como mínimo la posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir y la razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación, en virtud de que el dictamen a que hace referencia el dispositivo legal a estudio, sí se actualizó en el procedimiento que se resuelve, puesto que el mismo es parte de la presente resolución.

En consecuencia, resultan infundadas las manifestaciones de GTV-Televisa, en el sentido de que el Pleno del Instituto inobservó los requisitos previstos en el artículo 266 de la LFTR.

Manifestaciones de GTV-Televisa.

III. INCUMPLIMIENTO DE LO DISPUESTO EN LA MEDIDA TRIGÉSIMA DE LA RESOLUCIÓN DE PREPONDERANCIA.

Aun considerando que el presente procedimiento no resultara ilegal en los términos antes apuntados, en la especie, las modificaciones y adiciones que se proponen en los Oficios a las Medidas asimétricas del AEPR son ilegales al inobservar lo previsto por la Medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia.

La medida Trigésima, en la que se fundan los Oficios y en general el procedimiento de revisión bienal, establece a la letra lo siguiente:

“TRIGÉSIMA.- El Instituto realizará una evaluación del impacto de las Medidas en términos de competencia cada dos años, a efecto de, en su caso, suprimir o modificar las presentes medidas, o en su caso, establecer nuevas medidas, incluyendo una o más de las siguientes: la separación estructural, funcional, o la desincorporación de activos del Agente Económico Preponderante, para lo cual, deberá motivar que su determinación resulta proporcional y conducente con los fines que originalmente buscaba cada Medida.”

Como se desprende de lo anterior, la Medida Trigésima impone las siguientes obligaciones al Instituto:

- Realizar una evaluación del impacto de las Medidas en términos de competencia cada dos años.
- Al adicionar medidas, motivar que su determinación resulta proporcional y conducente con los fines que originalmente buscaba cada Medida.

A continuación, se demostrará como los Oficios no cumplen con las obligaciones propuestas en la medida Trigésima.

a) El Instituto fue omiso en realizar una debida evaluación del impacto de las Medidas.

En los Oficios se hace referencia a tres antecedentes que sirven de base para fundar y motivar las modificaciones a las Medidas, siendo éstos: (i) la consulta pública aprobada por el Pleno del Instituto en su VII Sesión Ordinaria de fecha 7 de abril de 2021, (ii) el Informe

Conductual emitido por la Unidad de Cumplimiento (“UC”), y (iii) el Análisis en Materia de Competencia.

No obstante, lo anterior, los Oficios constituyen en gran medida una réplica de lo dispuesto en el Análisis en Materia de Competencia, el cual pretende supuestamente analizar el impacto en materia económica de las Medidas para el periodo comprendido entre marzo de 2017 (1T 2017) y diciembre de 2021 (4T 2021).

Sin embargo, en su desarrollo, si bien plantea que siguió una metodología basada en las mejores prácticas internacionales en la realidad fue omisa en analizar el mercado relevante (en este caso, sector) y la participación del AEPR en éste, ya que realizó afirmaciones genéricas y sin sustento legal o económico para realizar recomendaciones de modificación (o adición) a las Medidas.

Es decir, de haber analizado el mercado relevante debidamente comprendido en el sector de radiodifusión, habría llegado a conclusiones distintas, las cuales se expondrán a detalle a lo largo del presente escrito.

Al respecto, es importante considerar que como el propio Análisis en Materia de Competencia señala, éste es en realidad una opinión de la UCE limitado (como la propia UCE reconoce en la página 9 del Análisis en Materia de Competencia a la información proporcionada por diversas unidades administrativas del IFT (sin establecer qué información y qué unidades), así como disponible en el RPC (sin definir a qué término se refiere con RPC) y fuentes públicas (sin señalar cuáles, para verificar su fiabilidad). Inclusive el Análisis en Materia de Competencia establece que la opinión no tiene el alcance para determinar el cumplimiento del AEPR y que las recomendaciones generales que se ofrecen no prejuzgan ni limitan el análisis de las alternativas regulatorias que realice la UPR como parte del proceso de revisión bienal.

Por lo anterior: es evidente que su “análisis” (i) no constituye de manera alguna una evaluación del impacto de las Medidas en términos de competencia, (ii) ni refiere una motivación respecto de la proporcionalidad e idoneidad de las recomendaciones con los fines que originalmente buscaba cada Medida, y (iii) además, se encuentra viciado.

En consecuencia, no se realizó una evaluación debidamente sustentada del impacto de las Medidas en términos de competencia como la Medida Trigésima exige.

b) La información utilizada para proponer las Medidas se encuentra desactualizada ya que no comprende información de los últimos dos años, lo cual deriva en una motivación insuficiente de las modificaciones y adiciones que se proponen en los Oficios a las Medidas regulatorias del AEPR.

En primer lugar, debe señalarse que no resulta gratuito que la Resolución de Preponderancia prevea una obligación de evaluar el impacto de las Medidas en términos de competencia cada dos años, ya como se establece en la propia Resolución de

Preponderancia (página 543), el plazo de dos años para su revisión es en beneficio del AEPR:

*“Atendiendo a lo anterior, este Instituto modifica la medida Trigésima Quinta del Oficio para eliminar de dicha medida los indicadores referidos y establecer que los objetivos planteados en la Constitución serán evaluados en términos de competencia, **estableciendo para ello un plazo de dos años, esto es un plazo menor al inicialmente establecido, en beneficio del Agente Económico Preponderante, ya que si las medidas impuestas fueran evaluadas cada tres años, no existiría la posibilidad de modificarlas sino hasta que estas hubieran estado vigentes durante dicho periodo, al modificar el lapso de tiempo, se beneficia al Agente Económico Preponderante pues de esta forma, éstas pueden ser evaluadas con mayor periodicidad.**”*

(Énfasis Añadido)

Ahora bien, el objeto real de la Medida es precisamente que se analice el impacto de estas Medidas durante los dos años anteriores a su evaluación y no, como pretende ese Instituto, realizar una “evaluación” basándose en información y datos desactualizados que ya no reflejan el estado actual del sector ni el impacto de las Medidas en el mismo.

Es decir, este límite temporal no es arbitrario y obedece a que al estar en presencia de un procedimiento especial para, suprimir o modificar las Medidas, o en su caso, establecer nuevas Medidas, deben de tomarse en cuenta la información más actualizada y real del mercado y no basarse únicamente en información histórica que haya correspondido a un momento en el tiempo que ya concluyó, ello, ya que de no hacerlo así, se corre el riesgo de dar recomendaciones de regulación e imponer Medidas correctivas que podrían afectar al mercado más que beneficiarlo, por ya no ser necesarias o ser irrelevantes. Ello, particularmente en mercados que evolucionan sumamente rápido debido al desarrollo tecnológico, como lo son aquellos comprendidos en el sector de radiodifusión.

En adición a lo anterior, el Análisis en Materia de Competencia, establece en su página 9 expresamente lo siguiente;

“La presente opinión se emite respecto al impacto en materia de competencia económica de las Medidas, para el periodo comprendido entre marzo de 2017 (1T 2017) y diciembre de 2021 (4T 2021). Su elaboración se llevó a cabo a partir de información proporcionada de diversas unidades administrativas del instituto, así como información disponible en el RPC y fuentes públicas.

En relación con el periodo que se considera en la presente opinión, se advierte que la UPR no especificó el periodo que deberá considerarse para analizar el impacto de las Medidas impuestas al AEPR en su solicitud de opinión...”

Por su parte, el Informe Conductual también establece que el mismo expone los resultados de las acciones de supervisión y verificación durante el periodo 2020-2021.

De igual forma, el Análisis en Materia de Competencia identificó que en la Resolución de Cumplimiento a Ejecutoria, el Pleno del Instituto señaló que no era pertinente la emisión de otra resolución exclusivamente para la primera evaluación bienal (dada la insubsistencia de la Resolución Bienal en Radiodifusión para Grupo Televisa), en virtud de que “(*...lo idóneo es considerar el impacto de las medidas en términos de competencia a la fecha, a efecto de que la regulación sea acorde a la realidad del sector de radiodifusión...*)”.

Contrario a lo dispuesto por el propio Instituto en la Resolución del Cumplimiento de la Ejecutoria, la regulación que se plantea no es conforme a la realidad actual del sector, ya que la misma corresponde a los años 2017 a 2021. En efecto, el dinamismo del mercado del servicio de radiodifusión no permite el tomar referencias con la temporalidad que se pretende y así resultar una regulación eficaz.

Derivado de lo anterior, resulta evidente que la información utilizada para llevar a cabo la supuesta evaluación no se encuentra vigente, ya que está actualizada, en el mejor de los casos hasta el año 2021, cuando actualmente estamos en el último trimestre de 2023 y, por lo tanto, las conclusiones a las que arriba se encuentran indebidamente fundadas y motivadas al no cumplir con lo dispuesto en la medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia.

Más aún, de la simple lectura que se realice de los Oficios, se desprende que ese Instituto basa su determinación en información que data incluso de los años 2016 y 2017, tal como se evidencia a continuación:

**“DIAGNÓSTICO GENERAL DEL SECTOR DERIVADO DEL ANÁLISIS EN
MATERIA DE COMPETENCIA**

(...) Por ejemplo, en diciembre de 2021, aun cuando el share total del STAR (42.80% cuarenta y dos punto ochenta por ciento) fue superior al del STR (33.52%) se advierte que alrededor del 36% del share total del STAR corresponde a canales del STR.

(...) Audiencia

A diciembre de 2021, el share de audiencia del AEPR en provisión del STR a nivel nacional era de 60.9% lo representa 4.5. puntos porcentuales menos que en marzo de 2017.

En ese mismo periodo. [redacted] Nombres de personas morales
[redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted] [redacted]
[redacted]) lograron incrementar su participación en 4.8 y 3.0 puntos porcentuales respectivamente. Por su parte, [redacted] Nombre de persona moral

██████████ tuvo una disminución de 0.4 puntos porcentuales en su participación.

(...) Publicidad

Como puede observarse de la figura 4, la inversión publicitaria total en México se incrementó entre 2016 v 2018 v disminuyó en 2019 y 2020. mientras que inversión publicitaria en el STR disminuyó consistentemente entre 2016 y 2020. a pasar de 30,155 millones de pesos en 2016 a 23,821 millones de pesos en 2020.

(...) Asimismo, la participación del STR y otros medios tradicionales en la inversión publicitaria total disminuyó entre 2016 v 2020. mientras que la participación de la inversión publicitaria en medios digitales se incrementó sustancialmente. En particular, la inversión publicitaria en el STR representó el 34.6% y el 28.4% de la inversión publicitaria total en 2016 y 2020.

(...) Multiprogramación

(...)

(...) En consecuencia, el Instituto llevó a cabo la licitación OFT-1 de la cual ██████████ Nombre de persona moral recibió una concesión para operar 123 estaciones del STR comercial distribuidas en el territorio nacional. El 17 de octubre de 2016, Imagen inició transmisiones de ██████████ Nombre de persona moral forma regular en 37 estaciones. Al mes de diciembre de 2021. ██████████ Nombre de persona moral opera 50 (cincuenta) estaciones.

(...)

(...) Adquisición de Contenidos Audiovisuales Relevante

En relación con estas medidas, se identificó que entre el 1T 2017 v el 4T 2021. Grupo Televisa contó con derechos para transmitir diversos CAR. Adicionalmente, de acuerdo con la información del Informe Conductual se tiene la siguiente información: i) transmitió 34 CAR, ii) no suscribió contratos de exclusividad para transmitir contenidos a través del STR dentro del territorio nacional, iii) para el periodo del 1 de enero al 18 de noviembre de 2020 contó con derecho para transmitir 5 CAR de manera no exclusiva y v) para el periodo 19 de noviembre de 2020 al 31 de diciembre de 2021 informó no contar con contratos exclusivos para transmitir CAR.

(...) Oferta no discriminatoria y desagregada de Canales de Programación.

(...) Sin embargo, es de mencionar que en el Análisis en Materia de Competencia Económica se menciona que se ha solicitado la intervención del Instituto para resolver posibles incumplimientos de las obligaciones de desagregación... en relación con la implementación relacionada con las canales de programación, sólo en 8 de los 645 contratos se reportaron durante el primer trimestre de 2019 y el cuarto trimestre de 2021 se contrataron canales de manera desagregada.

(...) Publicidad

(...) Ahora bien, el Análisis en Materia de Competencia Económica señala que, de 2017 a 2021, el AEPR reportó ante el Instituto, así como en su sitio de internet, la información relativa a sus espacios publicitarios..."

En ese tenor, es indudable que cualquier resolución que llegue a emitirse en el presente procedimiento carecerá de valor informativo sobre las condiciones de competencia en el sector radiodifusión, al estar viciada por la temporalidad de la información en la que se basa, la cual corresponde a las condiciones que prevalecían **hace más de dos años** (es decir, sin considerar la información propia de la temporalidad de la evaluación de la resolución bienal) y que, por ende, no reflejan la situación actual y real del sector, ni por ende, **si a esta** fecha las Medidas de Preponderancia han sido o no efectivas (insistiendo, con base en la mejor Información que IFT hubiere recabado sobre los últimos dos años). Por lo que, toda medida regulatoria (revocación, modificación o imposición) que resulte de este procedimiento administrativo, también estaría viciada por derivar de un diagnóstico desactualizado del sector.

A este respecto, sobra decir que un análisis basado en información desactualizada e incompleta como el que ahora pretende hacer ese Instituto, **es decir, que no considere el periodo de los 2 últimos años, temporalidad que el IFT se autoimpuso al emitir la Resolución AEP para evaluar la eficacia de las Medidas regulatorias impuestas a los AEP**, conlleva el riesgo de conducir a conclusiones parciales, erróneas o incorrectas respecto al grado de competencia en el mercado y, con ello, motivar a la imposición y adición de Medidas que no atiendan a la realidad del sector, lo cual traería efectos adversos para el proceso de competencia.

Lo anterior, claramente importaría una desviación de los objetivos constitucionales que se busca alcanzar con la imposición de las Medidas de Preponderancia en el sector y el objeto de esta obligación autoimpuesta por el IFT, de llevar a cabo la revisión de manera bienal. Máxime, atendiendo al dinamismo propio que caracteriza al sector de la radiodifusión.

Por tanto, es claro que la resolución que ponga fin a la Revisión Bienal debe basarse en la información disponible más reciente, y además analizada con un enfoque prospectivo, lo cual significa analizar las condiciones *actuales* del mercado y las tendencias que prevalecen en el mismo, y así poder pronunciarse sobre la efectividad de dichas Medidas, a efecto de suprimir, modificar o, en su caso, establecer nuevas Medidas que mitiguen los

efectos anticompetitivos en el mercado. Siendo que, el análisis del sector a partir de un enfoque prospectivo y dinámico debe considerar *“las peculiaridades de la industria analizada y especialmente que las conclusiones que son válidas hoy pueden cambiar drástica y rápidamente”*; lo cual requiere necesariamente que el IFT cuente con información lo más actualizada y completa posible.

A efecto de demostrar la relevancia de utilizar información actualizada, sobra mencionar que la información utilizada por IFT no contempla la Información relevante derivada de la resolución mediante la cual resolvió la concentración radicada bajo el expediente UCE/CNC-004-2021, la cual reconoce como consecuencia de la operación, entre otros, que [REDACTED]

Nombres de personas morales

Por último, no debe omitirse resaltar a ese Instituto que la ilegalidad de los Oficios por no basarse en información actualizada y, por ende, insuficiente para justificar la modificación y adición de Medidas asimétricas al AEPR, **no puede bajo ningún supuesto justificarse bajo un argumento de que la información a diciembre 2021 constituye “la mejor información disponible” del IFT**, por los motivos siguientes:

Al regular la obligación del Instituto de emitir la declaratoria de preponderancia en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, el artículo Octavo transitorio, fracción III, párrafo segundo, del Decreto de Reforma estableció que dicha obligación se realizaría “de acuerdo con los datos con que disponga el Instituto Federal de Telecomunicaciones” (es decir, la mejor información disponible del IFT).

Por lo que hace a la mejor información disponible, la Segunda Sala de la SCJN al resolver el amparo en revisión AR 986/2018, interpuesto por Telcel contra la Resolución de Preponderancia en el sector de telecomunicaciones, determinó lo siguiente:

“A juicio de esta Segunda Sala ambos argumentos son infundados en tanto que la interpretación integral del artículo octavo transitorio, fracción III, párrafo segundo, del decreto de reforma constitucional en telecomunicaciones y radiodifusión de dos mil trece, a la que se refirió antes, lleva a considerar que el Constituyente otorgó al Instituto Federal de Telecomunicaciones cierta discreción sobre los datos que pudiera usar para declarar la preponderancia.

Dicha discreción debe ser interpretada como la mejor información disponible sobre la participación nacional en términos de audiencia. Así, el sentido del precepto constitucional referido no implica una obligación para el Instituto Federal de Telecomunicaciones de producir un estudio perfecto, que representara la totalidad del universo de suscriptores de los distintos servicios

de telecomunicaciones, sino a utilizar uno razonable en términos del tiempo que el regulador tenía para determinar al agente económico preponderante.

*Por tanto, es razonable que el Instituto Federal de Telecomunicaciones usará la información con que contaba para realizar el análisis respectivo, aunque ella datara de los años 2012 y 2013, pues además de ser representativa de la situación en el sector de telecomunicaciones y solo distanciarse uno o dos años de la fecha de resolución, **se apoya en información presentada por la controladora de la quejosa y, además, no consta que en ese momento existiera mejor información disponible que el Instituto Federal de Telecomunicaciones pudiera haber utilizado.***

(Énfasis añadido)

De lo anterior, se desprende que si bien en ese momento la Segunda Sala validó que el IFT emitiera las declaratorias de preponderancia correspondientes con base en información que no se encontraba actualizada, ello atendió de manera excepcional al hecho de que ese Instituto debía cumplir con el mandato constitucional de determinar a los AEP en los sectores de radiodifusión y de telecomunicaciones dentro del plazo previsto para tal efecto en el Artículo Octavo del Decreto de Reforma, con independencia de que a esa fecha no se contara con información actualizada.

A *contrario sensu*, se concluye que fuera de este caso de excepción, el IFT sí está obligado a allegarse de información actualizada y completa al momento de evaluar la eficacia de las Medidas asimétricas impuestas al AEP, tan es así, que la actuación se regula por lo dispuesto por la Medida Trigésima, atendiendo al hecho de que, **a diferencia de lo que ocurrió al momento de emitir la declaración de preponderancia en el sector de radiodifusión, el IFT ya no está imposibilitado para allegarse de información actualizada.**

Esta conclusión se refuerza atendiendo a la *ratio* de la obligación autoimpuesta por el IFT en la Medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia de evaluar la efectividad de las Medidas regulatorias cada dos años, la cual claramente buscó implementar un mecanismo de verificación que respondiera a las condiciones del sector conforme éstas fueran cambiando.

Así pues, cualquier resolución que llegue a emitirse en el presente procedimiento carecerá de valor informativo sobre las condiciones de competencia en el sector radiodifusión, al estar viciada por la temporalidad de la información en la que se basa, la cual corresponde a las condiciones que prevalecían hace más de dos años y que, por ende, no reflejan la situación actual y real del sector, ni por ende, **si a esta fecha y con base en el comportamiento del sector de los últimos dos años** las Medidas de Preponderancia han sido o no efectivas (insistiendo, con base en la mejor información que IFT hubiere

recabado sobre los últimos dos años). Por el mismo motivo, toda medida regulatoria (revocación, modificación o imposición) que resulte de este procedimiento administrativo, también estaría viciada por derivar de un diagnóstico desactualizado del sector.

En consecuencia, ese IFT deberá dejar sin efectos el presente procedimiento y en su lugar realizar una correcta evaluación del impacto de las Medidas en términos de competencia con datos relevantes y actualizados de los últimos dos años.

c) Los documentos que sustentan los Oficios (Informe Conductual y Análisis en Materia de Competencia) carecen de los elementos y requisitos necesarios para considerarse actos administrativos existentes y válidos.

Todo acto de autoridad, incluyendo los actos administrativos internos de las unidades del IFT, deben de cumplir con ciertos elementos y requisitos aplicables a todos los actos administrativos. Dichos elementos y requisitos se encuentran previstos en el artículo 3° de la LFPA y su cumplimiento condiciona la existencia y/o validez jurídica al acto de autoridad de que se trate.

Para su pronta referencia se transcribe el artículo en cita en la parte que nos interesa:

*“Artículo 3.- Son **elementos y requisitos del acto administrativo**:
(...) IV. **Hacer constar por escrito y con la firma autógrafa de la autoridad que lo expida**, salvo en aquellos casos en que la ley autorice otra forma de expedición;
(...) X. **Mencionar el órgano del cual emana**;
(...) XIII. **Ser expedido señalando lugar y fecha de emisión**; (...)”*

Esto es, la validez de todo acto de autoridad administrativa se encuentra supeditada al cumplimiento de los requisitos formales antes descritos, entre otros: la autoridad o funcionario que emite el acto, quien deberá asentar su firma autógrafa, además de señalar el lugar y la fecha de su emisión.

Así pues, ni el Informe Conductual ni el Análisis en Materia de Competencia satisfacen los requisitos de existencia y validez del acto administrativo previstos en el artículo 3° de la LFPA.

1. Informe Conductual.

El supuesto Informe Conductual no puede ser considerado como un acto administrativo existente y válido y, en este sentido, tampoco puede servir de sustento para evaluar y/o revisar la efectividad de las Medidas de Preponderancia, pues de su contenido **no puede identificarse el órgano del cual emana, la firma autógrafa del funcionario que lo emite, ni su lugar y fecha de emisión**. En consecuencia, no cumple con los requisitos y elementos que establecen las fracciones IV, X y XIII de la LFPA, lo cual deriva en la ilegalidad, a su vez, de los Oficios al ser fruto de actos viciados.

Retomando algunos antecedentes que constan en autos, mediante oficio de fecha 24 de mayo de 2021 la Directora General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión solicitó al Director General de Supervisión y Verificación de Regulación Asimétrica emitiera *“un informe que refleje la conducta que ha tenido Grupo Televisa y sus afiliados independientes en relación con las medidas asimétricas que resultan aplicable”*.

En efecto, los supuestos *“resultados de supervisión y verificación a las obligaciones en materia de regulación asimétrica”* que fueron solicitados mediante el oficio antes descrito, fueron remitidos vía correo electrónico y tomados en consideración por la UCE para realizar su análisis sobre la efectividad de las Medidas de Preponderancia, sin embargo, como se desprende del documento que se identifica como *“Informe Conductual de Grupo Televisa como Integrante del Agente Económico Preponderante en el Sector de Radiodifusión 2020-2021”*, adjunto a dicho correo electrónico, **éste no contiene los elementos mínimos para considerarse como válido, en virtud de que no indica la autoridad y/o funcionario que emitió dicho documento, y mucho menos contiene su firma autógrafa ni el lugar y fecha de su emisión.** Cuestión que, sobra decir, coloca al AEPR en un claro estado de inseguridad jurídica en contravención al artículo 14 constitucional.

2. Análisis en Materia de Competencia Económica

El Análisis en Materia de Competencia adolece de los mismos vicios de existencia y validez por lo que tampoco puede considerarse un documento válido a partir del cual analizar la efectividad de las Medidas de Preponderancia.

Lo anterior es así pues si bien en la parte superior podría identificarse el órgano del cual emana (Dirección General de Consulta Económica), **no se indica qué funcionario concretamente emitió dicho documento, ni con qué carácter lo emitió, ni se visualiza su firma autógrafa. Tampoco se identifican el lugar y fecha de emisión.** En consecuencia, no cumple con los requisitos y elementos que establecen las fracciones IV, X y XIII de la LFPA.

Como se desprende de las constancias de autos, mediante oficio de fecha 24 de mayo de 2021, la Directora General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión solicitó al Director General de Consulta Económica emitiera *“una opinión en relación con el impacto en términos de competencia de las medidas impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión que se encuentran vigentes para Grupo Televisa y pasa sus afiliadas independientes”*.

En respuesta al oficio anterior, se remitió vía correo electrónico el documento titulado *“Análisis y opinión respecto al impacto en materia de competencia económica de las medidas impuestas al agente económico declarado preponderante en el sector de radiodifusión, para el periodo comprendió entre marzo de 2017 y diciembre de 2021”*. Este documento constituye parte de la base primordial del análisis sobre la efectividad de las Medidas de Preponderancia en los Oficios: sin embargo, como se desprende del contenido

de dicho documento, **éste no permite identificar los elementos mínimos para considerarse como existente y válido. Esto es, el señalamiento de la autoridad y/o funcionario que emitió dicho documento, su firma autógrafa y el lugar y fecha de emisión.** El único dato de identificación que puede visualizarse es el siguiente:

**UNIDAD DE COMPETENCIA ECÓNOMICA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONSULTA ECÓNOMICA.**

No obstante, se insiste que esto no es suficiente para colmar el requisito previsto por la fracción X del artículo 3 de la LFPA, pues se continúa desconociendo que funcionario emitió dicho acto, con qué carácter y con qué facultades, además de tampoco encontrarse asentada su firma autógrafa.

Por lo anterior, los Informes Conductuales y el Análisis en Materia de Competencia no son documentos válidos en términos del artículo 3 de la LFPA, por ende, tampoco pueden servir de sustento para determinar la eficacia de las Medidas asimétricas impuestas al AEPR.

Por último, no es óbice a la conclusión, el hecho de que los oficios y certificaciones que se acompañan al Informe Conductual y al Análisis en Materia de Competencia, pues se trata de actos administrativos distintos y autónomos cuyo único objeto es, por cuanto a los oficios, remitir la documentación solicitada, y, por cuanto a las certificaciones, dar fe de que se trata de una Impresión completa de la documentación que fue enviada vía correo electrónico, pero no constituyen parte de la misma, ni dan fe de su contenido y/o resultados obtenidos.

Lo anterior resulta suficiente para que ese Instituto no pueda considerar el Análisis en Materia de Competencia como una “Evaluación” válida o suficiente para emitir un pronunciamiento sobre la efectividad de las Medidas de Preponderancia y, en su caso, conservarlas, suprimirlas, modificarlas o emitir Medidas nuevas. Por el contrario, los vicios de existencia y validez del Informe Conductual y del Análisis en Materia de Competencia derivan en la ilegalidad de los Oficios los cuales constituyen, consecuentemente, fruto de actos viciado.

d) Los Oficios al concebir modificaciones y adiciones a la Medidas previamente impuestas, fueron omisos en motivar que su determinación resultara proporcional y conducente con los fines que originalmente buscaba cada Medida.

Como se señaló anteriormente, el Análisis en Materia de Competencia consiste en una opinión emitida por la UCE que además de encontrarse indebidamente fundada y motivada, plantea una Metodología para evaluar el impacto de las Medidas que difiere radicalmente de los fines que originalmente se buscaban en la Resolución de Preponderancia.

Al respecto, el Análisis en Materia de Competencia establece en sus páginas 14 y 15, expresamente lo siguiente:

“Para evaluar el impacto de las medidas se emplea una metodología consistente con las mejores prácticas internacionales, compiladas por la OCDE, quien señala, como principio general, que el proceso de evaluación debe enfocarse en 3 (tres) aspectos importantes:

- 1. Tomar como punto de partida los objetivos que persigue la regulación;*
- 2. Identificar las barreras a la competencia presentes en el mercado, las cuales pueden estar relacionadas con barreras regulatorias, altos costos hundidos y el comportamiento de agentes dominantes o establecidos, y*
- 3. Tomar en consideración que la regulación sobre precios afecta distintos aspectos de la operación de las empresas.*

En ese marco de referencia, la OCDE sugiere que, para obtener una comprensión completa de los efectos en materia de competencia, se debe considerar:

- El efecto en los negocios de los agentes establecidos;*
- El efecto en la entrada de nuevas empresas;*
- El impacto en los precios y la producción;*
- El impacto en la calidad y variedad de los servicios;*
- El efecto en la innovación;*
- El efecto en el crecimiento del mercado, y*
- El efecto en mercados relacionados.”*

Como se desprende de lo anterior, la metodología utilizada por la UCE para emitir el Análisis en Materia de Competencia varía de la metodología utilizada en la Resolución de Preponderancia, pero más allá de ello, ésta no está directamente relacionada con motivar que su determinación resultara proporcional y conducente con los fines que originalmente buscaba cada Medida.

Es decir, la metodología utilizada hace una referencia muy marcada a la regulación sobre precios y esto se refleja de manera directa en la modificación de Medidas relacionadas con la supuesta transparencia de tarifas que en realidad no requieren de modificación alguna para cumplir con las finalidades de la Resolución de Preponderancia y que, por el contrario, como se analiza más adelante, genera un efecto anticompetitivo.

Consideraciones del Instituto

En relación con las manifestaciones transcritas previamente, el Instituto expone lo siguiente: Resultan infundados los argumentos de GTV-Televisa, en virtud de lo siguiente:

No le asiste la razón GTV-Televisa al señalar que todo acto de autoridad, incluyendo los actos administrativos internos de las unidades del Instituto deben de cumplir con los elementos y requisitos previstos en el artículo 3º de la LFPA, puesto que al tratarse de actos intraprocesales y ser documentos que constituyen opiniones de carácter interno, cuyo fin

es meramente orientador y no condicionan ni coercionan al particular ni tampoco implican decisión alguna que afecte su esfera jurídica.

No obstante, cabe precisar que el oficio IFT/225/UC/DG-SVRA/0244/2022 de fecha 11 de mayo de 2022, se encuentra firmado electrónicamente, como se advierte a foja 0439 del expediente objeto de la presente resolución, mediante el cual la Directora General de Supervisión y Verificación de Regulación Asimétrica, Guadalupe Montiel Cuevas, remitió dos Informes Conductuales anexos respecto del AEPR, uno para Grupo Televisa y otro, de las Afiliadas Independientes.

Asimismo, el oficio IFT/226/UCE/DG-COEC/034/2022 de fecha 01 de julio de 2022, se encuentra firmado electrónicamente, como se advierte a foja 0573 del expediente objeto de la presente resolución, mediante el cual la Directora General de Consulta Económica, Alexa Díaz Hernández, remitió en documento anexo el análisis y opinión respecto al impacto en materia de competencia económica de las medidas impuestas al AEPR, considerando la mejor información disponible con la que cuenta la UCE.

Por lo anterior, los informes conductuales y el Análisis en Materia de Competencia sólo constituyen anexos de oficios antes descritos, es decir, sí se reúnen los requisitos para la validez de los actos administrativos.

No obstante que los documentos de referencia sí reúnen los requisitos de ley, las manifestaciones de GTV-Televisa se tratan de meras apreciaciones subjetivas que erróneamente pretende hacer valer, en tanto que no señala ni concreta algún razonamiento que pueda ser analizado por esta autoridad y mucho menos precisa de qué elemento o requisito de validez adolecen el informe conductual y Análisis en Materia de Competencia, pues únicamente se limita a transcribir las fracciones IV, X y XIII del citado dispositivo legal, pues no resulta suficiente que señalé que: *“No puede identificarse el órgano del cual emana, la firma autógrafa del funcionario que lo emite ni su lugar y fecha de emisión”*, toda vez que dichos requisitos se encuentran en los documentos cuestionados y a la vista del manifestante.

Resulta aplicable por analogía la Tesis: I.1o.A.E.62 A (10a.), emitida por los Tribunales Colegiados de Circuito, con número de Registro 2009518, localizable en el Semanario Judicial de la Federación, Libro 19, junio de 2015, Tomo III, Décima Época, página 2244, cuyo rubro y texto se transcriben:

“INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES. LA OPINIÓN DE SU UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA, PREVIA AL PROYECTO DE RESOLUCIÓN QUE DETERMINA LA EXISTENCIA DE UN AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE LA RADIODIFUSIÓN, NO ES UN ACTO DE AUTORIDAD PARA EFECTOS DE LA PROCEDENCIA DEL JUICIO DE AMPARO. La opinión que emite la Unidad de Competencia Económica del Instituto Federal de Telecomunicaciones, previa al proyecto de

resolución que determina la existencia de un agente económico preponderante en el sector de la radiodifusión, es de naturaleza meramente orientadora y no implica decisión alguna ni condiciona unilateral y coercitivamente a los particulares, incluso si influye o trasciende a la determinación final porque, en este supuesto, no es su contenido como opinión, sino el hecho de que se convirtió en parte de los fundamentos y motivos de la resolución reclamada, lo que repercute en su ámbito legal. Por tanto, dicha opinión no es un acto a través del cual se hayan creado, modificado o extinguido situaciones jurídicas unilateral y obligatoriamente y, en consecuencia, no puede considerarse de autoridad para efectos de la procedencia del juicio de amparo; de ahí que no sea factible examinar su constitucionalidad ni, en ese tenor, verificar si satisface los requisitos del acto administrativo.”

(Énfasis añadido)

Es así que los oficios relacionados con el informe conductual y Análisis en Materia de Competencia, además de que sí reúnen los elementos y requisitos necesarios para considerarse actos administrativos existentes y válidos de conformidad con lo previsto en el artículo 3º de la LFPA, los mismos no resultan vinculatorios para GTV-Televisa, como ha quedado de manifiesto en párrafos precedentes, por lo tanto, no irroga agravio alguno a su esfera de derechos.

Por lo anterior, el Análisis en Materia de Competencia y en Informe Conductual encuentran su razón en la necesidad de que la UPR cuente con la mejor información que le permita orientar de manera adecuada y eficiente los actos materia de su competencia, tomando en consideración que el Análisis en Materia de Competencia y el Informe Conductual pertenecen al género de los **“actos administrativos no decisorios, preparatorios o instrumental consultivos, cuyo propósito es contribuir a que el órgano competente adopte una decisión en el caso concreto, de suerte que cualquier consideración vertida en la opinión no trascienda por sí misma al destinatario de la resolución”**.

Por lo tanto, dichos documentos son elementos auxiliares de los cuales se allega la UPR para sustanciar el procedimiento en que se actúa, los que constituyen actos de naturaleza meramente orientadora y no implican decisión alguna ni condicionan unilateral ni coercitivamente a los particulares.

Resulta aplicable por analogía la Tesis: I.2o.A.E.40 A (10a.), emitida por los Tribunales Colegiados de Circuito, con número de Registro 2013659, localizable en el Semanario Judicial de la Federación, Libro 39, Febrero de 2017, Tomo III, página 2279, cuyo rubro y texto se transcriben:

Sirve de sustento la Tesis: I.2o.A.E.40 A (10a.), emitida por los Tribunales Colegiados de Circuito, con número de registro 2013659, localizable en el Semanario Judicial de la

Federación, Libro 39, Febrero de 2017, Tomo III, Décima Época, página. 2279, cuyo rubro y texto se transcriben:

“INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES. LA OPINIÓN DEL JEFE DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA DE ESE ÓRGANO EN EL PROCEDIMIENTO PARA LA DECLARACIÓN DE PREPONDERANCIA, NO CAUSA PERJUICIO A LOS CONCESIONARIOS INVOLUCRADOS (NORMATIVA ABROGADA). En términos del artículo 24, apartado A), fracción XI, del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones abrogado, el jefe de la Unidad de Competencia Económica debe emitir una opinión respecto de los proyectos de resolución que realice el jefe de la Unidad de Política Regulatoria, lo cual constituía una formalidad dentro del procedimiento para la declaración de preponderancia en el sector de las telecomunicaciones, que no podía ignorarse por la autoridad sustanciadora; sin embargo, no es posible considerar que esa opinión cause perjuicio a los concesionarios involucrados, porque del precepto citado no se advierte que sea vinculante, razón por la cual, no hay elementos normativos para considerar que lo manifestado por aquella unidad administrativa haya predeterminado el contenido de la resolución correspondiente. Por tanto, basta para estimar regular el procedimiento, que se haya rendido la opinión, ya que ésta pertenece al género de los actos administrativos no decisorios, preparatorios o instrumental consultivos, cuyo propósito es contribuir a que el órgano competente adopte una decisión en el caso concreto, de suerte que cualquier consideración vertida en la opinión no trasciende, por sí misma, al destinatario de la resolución.”

(Lo resaltado es nuestro)

Por otro lado, el artículo 20, fracción XIV del Estatuto Orgánico establece la atribución de los Directores Generales de solicitar a los titulares de las demás Unidades Administrativas, Coordinaciones Generales y Direcciones Generales del Instituto, cuando así lo requieran para la sustanciación de los procedimientos a su cargo, los dictámenes técnicos u opiniones respectivos en el ámbito de sus atribuciones.

En ese orden, la fracción XV del mismo artículo, esgrime que corresponde a cada Director General y Director General Adjunto, responder consultas, emitir dictámenes u opiniones y proporcionar informes que formule o solicite cualquier área del Instituto en el ámbito de su competencia, por lo que en ningún caso la emisión del Análisis en Materia de Competencia Económica y del Informe Conductual, de la UCE y la UC, respectivamente, adolecen de vicios de existencia y validez por las razones antes descritas.

Finalmente, la objeción del Análisis en Materia de Competencia y del Informe Conductual en los términos que plantea GTV-Televisa, resulta infundado en virtud de que no explica en qué motivos o razones sustentan la supuesta incertidumbre jurídica de la que se duele,

pues atento al principio de estricto derecho que rige en la especie, no existe contravención al artículo 14 constitucional, y, por ende, inseguridad jurídica para los efectos que pretende GTV-Televisa.

Ahora bien, por lo que hace a la inobservancia de la Medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia, resulta infundado pues, de conformidad con lo previsto en el Decreto Constitucional, se dotó al Instituto de la libertad configurativa para diseñar la regulación a través de la cual cumpliría con los fines constitucionales que le fueron encomendados y la competencia originaria para crear la regulación asimétrica aplicable al AEPR. Es así que el Instituto, en ejercicio de dichas facultades, mediante la citada Medida Trigésima, si bien determinó que cada dos años llevaría a cabo una evaluación del impacto de las medidas asimétricas, con el propósito de suprimirlas, modificarlas o establecer nuevas medidas, más cierto es que dicho plazo no resulta perentorio, puesto que ello implicaría la extinción de la facultad del Instituto Federal de Telecomunicaciones para revisar las medidas regulatorias aplicables al preponderante, situación que claramente sería contraria al texto constitucional que dota de facultades a esta autoridad para regular el sector de la radiodifusión.

En este sentido, resulta necesario citar el contenido de la sentencia dictada dentro de Amparo Indirecto 149/2021⁸³, por parte del Juez Segundo de Distrito en Materia Administrativa Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones, con residencia en la Ciudad de México y jurisdicción en toda la República, que en páginas 38 y 39 de la misma señala:

*“Las medidas en cuestión únicamente prevén que cada dos años el órgano constitucional realizará una evaluación respecto del impacto económico originado por las medidas impuestas al preponderante, **pero sin pronunciarse acerca de alguna consecuencia que deba actualizarse ante la extemporaneidad en el ejercicio de dicha facultad.***

*De manera tal, que, si la resolución de preponderancia es el acto administrativo específico del que surge la noción de la “evaluación bienal”, por cuanto es su fuente regulatoria, y en ella no se encuentra comprendido efecto alguno que deba aplicarse en caso de que dicha **revisión se lleve a cabo fuera del plazo de los dos años, no existe fundamento legal que justifique la extinción del ejercicio de la facultad del Instituto para evaluar el impacto de las medidas.***

Máxime si se toma en consideración, que la evaluación bienal está inserta dentro de la función regulatoria del Instituto Federal de Telecomunicaciones, encaminada a monitorear la eficacia del régimen asimétrico aplicable al preponderante con el objeto de que dicha regulación pueda dar cumplimiento al fin que persigue, y que dicha materia corresponde a una competencia constitucional que le fue asignada

⁸³https://sise.cjf.gob.mx/SVP/word1.aspx?arch=1302/1302000027730923068.pdf_1&sec=Alicia Jimena Morales Toledo&svp=1

directa y originariamente a dicho órgano constitucional, lo cual evidencia la relevancia que adquiere la ejecución de la evaluación de mérito debido a su naturaleza regulatoria, y a su vez, que ésta debe prevalecer frente a la extemporaneidad en que el regulador hubiese incurrido, en todo caso, al ejercitar la facultad de mérito.”

Ahora bien, respecto de que la motivación de la determinación resulte proporcional y conducente con los fines que originariamente buscaba cada medida, dicha manifestación resulta infundada, en tanto que cada una de las modificaciones, supresiones y/o adiciones que se imponen a través de la presente resolución se encuentran apegadas a derecho, con un análisis técnico y económico robusto y sobre todo, se acompañan del dictamen técnico-jurídico a que hace referencia el artículo 266 de la LFTR, que forma parte de la presente resolución.

Asimismo, resulta infundado que GTV-Televisa, asevere que los Oficios relativos al Informe Conductual y el Análisis en Materia de Competencia constituyen en gran medida una réplica de lo dispuesto en el Análisis en Materia de Competencia, puesto que dicho análisis es solo uno de los insumos que se consideraron a efecto de elaborar el Oficio de Inicio; otros insumos considerados fueron el Informe Conductual, los resultados de la Consulta Pública, así como diversa información que como parte de sus atribuciones, obra en archivos del Instituto.

En ese sentido, el Análisis en Materia de Competencia es una opinión no vinculante que forma parte de los insumos del proceso de revisión de las medidas impuestas al AEPR, pero no es un acto de autoridad ni predetermina el contenido de la resolución que se emita como resultado de dicho proceso.

Se reitera que el Análisis en Materia de Competencia presenta la evolución de un conjunto de indicadores de la provisión de servicios de radiodifusión, que permiten evaluar el desempeño de las medidas en relación con los objetivos de su imposición, lo que, a su vez, sustenta la formulación de recomendaciones sobre la modificación, eliminación o adición de medidas. Por lo tanto, resulta infundado que el citado análisis se encuentre viciado.

Por lo que respecta a que la información utilizada para proponer las Medidas se encuentra desactualizada ya que no comprende información de los últimos dos años, resulta infundado, en virtud de que el sector de radiodifusión no ha presentado cambios sustantivos tanto en su infraestructura activa como pasiva, por lo que se considera que no ha sido dinámico durante este periodo, por lo que la información utilizada para la elaboración de los oficios de inicio se encuentra debidamente fundada y motivada.

Contrario a lo manifestado por GTV-Televisa, en el sentido de que se analice el impacto de las Medidas durante los dos años anteriores a su evaluación, resulta infundado dado que,

atendiendo a lo resuelto por el Poder Judicial de la Federación⁸⁴, la evaluación implica realizar un procedimiento administrativo de oficio que el Instituto despliega en ejercicio de sus facultades regulatorias, por lo que en la evaluación deben entenderse comprendidas todas las actuaciones tendentes a cumplir ese fin.

Adicionalmente, no debe perderse de vista que la revisión bienal es un mecanismo dictado por el Instituto a efecto de garantizar que la regulación mantenga su efectividad dada los cambios o no en el sector, en el entendido de que la evaluación del impacto de las medidas debe iniciar después de dos años de la vigencia de las mismas.

De este modo, se resalta que la Medida Trigésima de la Resolución de AEPR no contempla el efecto de extemporaneidad que se le pretende dar, por lo que el argumento es improcedente.

Por lo anterior, no se contraviene la Medida Trigésima antes señalada, al no existir “*vacatio legis*”, como inexactamente lo refiere el AEPR. En consecuencia, resultan infundadas las manifestaciones del AEPR en el sentido de que la “evaluación” se basó en información y datos desactualizados que ya no reflejan el estado actual del sector ni el impacto de las Medidas en el mismo, puesto que como se señaló anteriormente, se ha observado que el sector de radiodifusión no ha evolucionado rápido como erróneamente lo asevera GTV-Televisa.

Para brindar mayor contexto sobre lo anterior, resulta pertinente retomar que la naturaleza jurídica de la revisión bienal se centra en la posibilidad que el Instituto se confirió a sí mismo para modificar en sentido amplio el esquema regulatorio impuesto originalmente en la Resolución de AEPR siempre que, atendiendo a sus conocimientos técnicos y especializados en la materia, el impacto económico generado por las medidas no hubiera sido suficiente para alcanzar los fines constitucionales perseguidos con la regulación asimétrica.

En ese sentido, la revisión bienal descansa en dos aspectos fundamentales: el primero, la libertad configurativa que el poder reformador confirió al Instituto desde el momento de su creación para diseñar la regulación a través de la cual cumpliría con los fines constitucionales que le fueron encomendados y, el segundo, la competencia originaria que constitucionalmente le fue otorgada al Instituto para crear la regulación asimétrica aplicable al AEPR.

A partir de ello, puede comprenderse que la decisión de llevar a cabo una revisión bienal, con los tiempos y procedimientos que ella implica, es producto de la facultad discrecional del Instituto para que la regulación asimétrica no resulte inamovible durante su vigencia, por lo que la opinión de la UCE respecto al impacto en materia de competencia económica

⁸⁴ Amparo Indirecto 1161/2017, resuelto por el Juzgado Segundo de Distrito en Materia Administrativa, Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones, con residencia en la Ciudad de México y Jurisdicción en toda la República, cuya sentencia se encuentra en revisión.

de las Medidas, y de la UC en el informe conductual si bien, el primero fue comprendido para el periodo entre marzo de 2017 (1T 2017) y diciembre de 2021 (4T 2021), y el segundo en el periodo 2020-2021, no genera impacto en GTV-Televisa, por las razones antes expuestas.

Es así que las medidas impuestas al AEPR requieren de cierta maduración, no obstante, ello en nada tiene que ver con la temporalidad de la revisión bienal, y menos que ésta se encuentre viciada, puesto que justo de esta es que el Instituto determinará qué medidas requieren ser adecuadas para cumplir con su propósito, es decir, la revisión bienal no implica un cambio en todas las medidas. Tan es así, que existen medidas que fueron impuestas desde 2014 y no han sido a la fecha modificadas.

Se resalta que es infundado que para evaluar la eficacia de las Medidas regulatorias impuestas a los AEPR, conlleva el riesgo de conducir a conclusiones parciales, erróneas o incorrectas respecto al grado de competencia en el mercado, puesto que los insumos que se emplean para la evaluación de las medidas solo constituyen actos de naturaleza meramente orientadora y no implican decisión alguna, ni condicionan unilateral y coercitivamente a los particulares, de ahí lo infundado del argumento en cuestión.

Lo anterior se afirma así, en virtud de que en principio, debe precisarse que ni en la citada Medida Trigésima, ni en alguna otra disposición de la resolución de preponderancia (la cual constituye la fuente normativa que da origen a la evaluación bienal) se establece que el lapso de dos años sea improrrogable, siendo la consecuencia normativa de su inobservancia, la extinción de la facultad del Instituto para revisar las medidas regulatorias aplicables al preponderante, o cualquier otra que se le asemeje.

Así, la medida en cuestión únicamente prevé que cada dos años este órgano constitucional realizará una evaluación respecto del impacto económico originado por las medidas impuestas al preponderante, pero sin pronunciarse acerca de alguna consecuencia que deba actualizarse ante la extemporaneidad en el ejercicio de dicha facultad. De manera tal, que si la resolución de preponderancia es el acto administrativo específico y *sui generis* de donde subyace la noción de la “evaluación bienal”, por cuanto es su fuente regulatoria, y en ella no se encuentra comprendido efecto alguno que deba aplicarse en caso de que dicha revisión se llevara a cabo fuera del plazo de los dos años, no existe fundamento legal del cual pueda obtenerse que se extinguió el ejercicio de la facultad del Instituto para evaluar el impacto de las medidas.

Máxime si se toma en consideración, que la evaluación bienal está inserta dentro de la función regulatoria del Instituto, encaminada a monitorear la eficacia del régimen asimétrico aplicable al preponderante con el objeto de que dicha regulación pueda dar cumplimiento al fin que persigue, y que dicha materia corresponde a una competencia constitucional que le fue asignada directa y originariamente a dicho órgano constitucional, lo cual evidencia la relevancia que adquiere la ejecución de la evaluación de mérito debido a su naturaleza

regulatoria, y a su vez, que ésta debe prevalecer frente a la supuesta extemporaneidad en que el Instituto hubiese incurrido, en todo caso, al ejercitar la facultad de mérito.

Lo anterior porque GTV-Televisa, solo señaló que las condiciones de competencia en el sector radiodifusión, está viciada por la temporalidad de la información en la que se basa el Instituto, la cual corresponde a las condiciones que prevalecían hace más de dos años, sin identificar a cuáles de las medidas previstas en el oficio de inicio se refería, ni las razones particulares por las cuales calificaba de insuficiente esa temporalidad respecto de la medida en concreto.

Por todo lo anterior, devienen de inoperantes los argumentos vertidos por GTV-Televisa.

Manifestaciones de GTV- Televisa

IV. VIOLACIÓN A LA COSA JUZGADA EN SU EFECTO REFLEJO

Señala que el Instituto no observó los requisitos establecidos en el artículo 266, fracción XXIV, de la LFTR, pues no demostró la existencia de una situación fáctica que justificara la modificación de las Medidas asimétricas impuestas al AEP, a saber:

“Por medio de la ejecutoria del multicitado Amparo en Revisión 751/2018, por el que se resolvió el juicio de amparo indirecto promovido por el AEPR en contra de la Resolución Biental 2017, la Segunda Sala de la SCJN ordenó dejar insubsistente dicho acto, entre otras cuestiones, al determinar que el IFT no observó los requisitos establecidos en el artículo 266, fracción XXIV, de la LFTR, pues no demostró la existencia de una situación fáctica que justificara la modificación de las Medidas asimétricas impuestas al AEP.”

Continúa diciendo que, se emiten pronunciamientos distintos a los previamente establecidos tanto por el Instituto como por la SCJN, en los siguientes temas:

- a) Compartición de Infraestructura: En el amparo en revisión 751/2018 se resolvió que no existía evidencia para señalar que la medida de Compartición de Infraestructura era ineficiente, expresamente lo siguiente:

“En materia de compartición de infraestructura, la SCJN estableció que el hecho de que no se hubieran celebrado convenios de compartición de infraestructura no era evidencia de que la medida de compartición de infraestructura fuera ineficiente. Específicamente, la citada Sala determinó que el que las concesionarias no hubieran accedido a la infraestructura pasiva del AEP no reflejaba un nulo impacto de la medida en relación con la finalidad buscada o que la misma fuere insuficiente y, por consiguiente, que no tenía sustento alguno su modificación. En la parte que nos interesa, se señaló lo siguiente:

“[...] no se demuestra la necesidad de imponerlas, pues no basta lo expresado en el sentido de que el Agente Económico Preponderante no cuenta con la capacidad suficiente sobre su infraestructura pasiva requerida por el concesionario solicitante; o, que algunos concesionarios manifestaron no contar con espacio disponible para coubicar el equipo, dado que además de tratarse de afirmaciones que no justifican la referida imposición, lo expresado respecto a que la medida relativa al servicio de emisión de señal mantiene y refuerza los objetivos establecidos para la compartición de infraestructura pasiva, **no evidencia que las medidas anteriores no hayan funcionado y que por ese motivo deba adicionarse la medida; en otras palabras, no se probó que las iniciales fueran insuficientes o ineficaces;** sobre todo si se considera, como se mencionó previamente, **lo asentado en el dictamen al señalar que la obligación de prestar el servicio de emisión de señal se impuso al no existir un registro favorable respecto de que los competidores del Agente Económico Preponderante hayan solicitado su infraestructura pasiva,** pese a que se había reconocido que la implementación de la compartición de emisión de señal no se debió a la ineficiencia de la coubicación, sino a que no se contaban con datos objetivos de que estuviere utilizada por los concesionarios del preponderante.

[...]

Asimismo, como previamente se había hecho mención, debe tenerse presente que no se justificó la imposición de las medidas adicionales, porque el Instituto Federal de Telecomunicaciones no acreditó que las ya impuestas fueron insuficientes e ineficaces, máxime si como quedó en evidencia, el Agente Económico Preponderante no recibió solicitudes para la compartición de infraestructura pasiva, en otras palabras, **el hecho de que las concesionarias no hayan accedido a la infraestructura pasiva de la ahora recurrente, no refleja un nulo impacto de la imposición de la prestación correspondiente a la medida en comento respecto a la finalidad de facilitar el aumento de la zona de cobertura de los concesionarios regionales a través de la infraestructura del Agente Económico Preponderante; por consiguiente, no tiene sustento alguno la imposición de la medida de servicio de emisión de señal porque dependía de que el servicio de coubicación (infraestructura pasiva), era insuficiente...**”

Aduce que el Instituto vuelve a justificar la modificación y/o adición de las Medidas del AEPR con base en la misma motivación: esto es, que “no se han realizado solicitudes para el servicio de Compartición de Infraestructura Pasiva” lo cual ya se resolvió por el Máximo Tribunal con el carácter de cosa juzgada que resulta injustificado.

- b) Desagregación: El Instituto señaló el término “desagregación” contenido en la Medida Décimo Novena se refiere a desagregación de canales de programación y no a una desagregación geográfica, de manera literal apunta lo siguiente:

“En efecto, en el expediente E-IFT.UC.DG-SAN.II.0342/2018, iniciado con motivo de una denuncia presentada en contra de GTV por supuestos incumplimientos a la medida Décimo Novena, el IFT resolvió no sancionar a GTV toda vez que consideró que no existió una violación a dicha medida, en atención a las siguientes consideraciones:

- *El Pleno del IFT ya había realizado una interpretación de dicha medida, en la cual no se hace referencia al ámbito geográfico de la desagregación.*
- *La medida no requiere integración o interpretación adicional, pues es claro que solo refiere a desagregación de canales y no al ámbito geográfico, por lo que extender dicha medida a este último ámbito implicaría violentar el principio de tipicidad que rige al derecho administrativo sancionador.*

Asevera que al pretender interpretar la Medida Décimo Novena en el sentido de que ésta abarca una desagregación geográfica, en clara contravención al criterio firme de ese mismo Instituto, implicaría violentar el principio de tipicidad que rige al derecho administrativo sancionador.

- c) Adición de medidas: No se establece la posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir, y la razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación,
- d) Aplicación de las Medidas de preponderancia a terceros ajenos al AEPR.

Señala que, ya existe una determinación firme en el sentido de que las Medidas asimétricas deben limitarse y encontrarse dirigidas exclusivamente al AEPR y no extenderse a otras sociedades, lineamiento a cuya observancia se encuentra obligado este Instituto.

Consideraciones del Instituto.

En relación con las manifestaciones transcritas previamente, el Instituto expone lo siguiente:

Por cuanto hace a la figura jurídica de cosa juzgada refleja que hace valer GTV-Televisa, resulta conveniente analizar primero la figura de cosa juzgada.

La cosa juzgada encuentra sustento constitucional en los artículos 14 y 17 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en tanto que su finalidad se configura como uno de los principios esenciales de la seguridad jurídica.

Es importante aclarar que la cosa juzgada tiene tanto elementos de carácter objetivo como de carácter subjetivo, los primeros en supuestos que restringen la posibilidad de plantear en un diverso proceso lo resuelto en uno previo; mientras que, los denominados subjetivos se refieren a las personas sujetas a la autoridad de la cosa juzgada, lo que por regla general se refiere a las partes que intervinieron formal y materialmente en el juicio, o bien, quienes están vinculados jurídicamente a éstos.

De modo que, en sentido estricto, en la cosa juzgada es necesario, que entre un caso resuelto por sentencia definitiva y aquel donde se invocara, concurrieran identidad en las cosas, en las causas, en las personas y en la calidad con que hubieren participado, o sea, que se hubiera resuelto la misma cuestión en diverso juicio anterior.

Es decir que para que se surta con un efecto directo la figura de cosa juzgada dentro de un segundo juicio, es necesario que concurren los siguientes elementos:

- Identidad de las partes con la misma calidad en ambos procesos.
- Identidad en la causa aducida en el juicio.
- Identidad en el objeto.

Ahora bien, por su parte, la cosa juzgada refleja, como creación doctrinal y jurisprudencial, opera de manera excepcional cuando no concurren todos los elementos de la cosa juzgada, pero sucediera que lo resuelto en un juicio anterior, tuviera relevancia en un juicio posterior, en este caso se considera que la cosa juzgada se desenvuelve en un plano material indirecto, que se entiende como uno de los efectos que tendrá la sentencia ejecutoriada emitida en juicio previo sobre uno posterior, donde sin existir la concatenación de los elementos personales y objetivos en ambos procesos, prevalece una interdependencia en los conflictos de interés y, en consecuencia, lo resuelto en el fondo dentro de un proceso anterior es jurídicamente aplicable en uno posterior, evitando así que dicten sentencias contradictorias.

De manera que, válidamente pueden indicarse como elementos condicionantes de la cosa juzgada refleja:

- La existencia de una sentencia ejecutoriada.
- La existencia de un diverso proceso en trámite.
- La existencia de una relación sustancial de interdependencia respecto al objeto sobre el que versa el juicio previo (de donde deriva la sentencia ejecutoriada) y el que se tramita.
- La sujeción de las partes a la obligatoriedad de la sentencia firme del primer proceso.
- Que en la sentencia firme se sustente un criterio de fondo preciso, claro e indudable sobre uno de los presupuestos lógicos sobre los que versa el nuevo juicio.

Sirve de sustento la Tesis 1a./J. 101/2023 (11a.), emitida por la Primera Sala de la SCJN, con número de registro 2026918, localizable en el Semanario Judicial de la Federación, Libro 28, agosto de 2023, Tomo II, página 1157, cuyo rubro y texto se transcriben:

COSA JUZGADA Y SUS EFECTOS DIRECTO Y REFLEJO. DIFERENCIAS Y REQUISITOS PARA SU ACTUALIZACIÓN.

Hechos: En una sentencia de primera instancia se condenó al Estado a pagar una indemnización a una persona por haber incurrido en una actividad administrativa irregular. En contra de esa determinación, la autoridad interpuso un recurso de revisión fiscal y el Tribunal Colegiado revocó la sentencia al considerar que no había elementos para acreditar la responsabilidad patrimonial del Estado. La persona consideró que los Magistrados de ese Tribunal Colegiado estaban equivocados al negarle la protección constitucional, pues incurrieron en un error judicial al desconocer diversos criterios de esta Suprema Corte. Por ello, a través de distintas vías demandó el pago de una indemnización a los integrantes de ese órgano jurisdiccional. En una de las vías emprendidas reclamó la responsabilidad patrimonial del Estado, pero fue declarada improcedente por el Consejo de la Judicatura Federal. En contra de esa resolución, la misma persona promovió un juicio contencioso administrativo ante este Alto Tribunal, el cual fue desechado por su Presidente con el argumento de que la indemnización por responsabilidad patrimonial no procede ante ejercicios materialmente jurisdiccionales. En el recurso de reclamación interpuesto en contra de esta última determinación, la Segunda Sala de esta Suprema Corte declaró infundado el recurso porque la indemnización por error judicial sólo opera en asuntos de naturaleza penal, siendo que este asunto corresponde a la materia administrativa. En otra de las vías intentadas, la citada persona promovió un juicio ordinario civil federal en el que se absolvió a los referidos Magistrados del pago de daños y perjuicios por error judicial. Inconforme con esta última resolución, la misma persona promovió un juicio de amparo directo que fue atraído por la Primera Sala. Al resolverse el juicio se negó el amparo al actualizarse la figura de la cosa juzgada refleja por virtud de lo decidido en el citado recurso de reclamación de la Segunda Sala, en el sentido de que la indemnización por error judicial sólo procede en asuntos de naturaleza penal.

*Criterio jurídico: **Para determinar si se actualiza la excepción de cosa juzgada en un juicio es necesario que haya existido uno anterior, ya resuelto, y que ambos casos coincidan en tres aspectos: a) en la cosa u objeto del litigio, b) en las causas, y c) en las personas, con la misma calidad con la que participaron o intervinieron en los juicios.** Cuando estos tres supuestos se surten estamos frente al efecto directo de la cosa juzgada, que implica que la cuestión que se presenta en el nuevo juicio, en realidad ya*

fue juzgada. Por otra parte, existe un "efecto reflejo", y no directo, cuando no coinciden los tres aspectos, pero lo resuelto en un proceso impacta en otro posterior a tal grado que, de no tener en cuenta la decisión del primer asunto, se comprometería la seguridad jurídica.

Justificación: La cosa juzgada es una institución jurídica procesal que impide a los órganos jurisdiccionales la tramitación de un nuevo juicio cuando se reclamen las mismas pretensiones ya deducidas en un proceso anterior, a fin de evitar que se condene dos veces a alguien por la misma razón, o bien, impedir que se dicten sentencias contradictorias, pues ello generaría un estado de inseguridad jurídica.

El efecto directo de la cosa juzgada implica la inmutabilidad de lo resuelto en las sentencias firmes en donde existe identidad de sujetos (partes), objeto del litigio (cosa) y causa de pedir (reclamo), sin que pueda admitirse su modificación por circunstancias posteriores, pues en ello descansan los principios constitucionales de certeza y seguridad jurídica.

Por su parte, la cosa juzgada refleja opera en casos en donde no se actualiza la totalidad de los elementos que la integran en su efecto directo (mismas partes, mismo objeto de litigio y misma causa de pedir). Es decir, que puede ocurrir cuando el acto reclamado en una controversia no haya sido materia de resolución definitiva en otro juicio. Sin embargo, guarda una vinculación muy estrecha con actuaciones derivadas de una misma cuestión jurídica, lo que exige que el órgano jurisdiccional que conozca del proceso posterior se atenga a lo resuelto previamente para salvaguardar la certeza jurídica.

Amparo directo 5/2021. 17 de noviembre de 2021. Cinco votos de las Ministras Norma Lucía Piña Hernández, quien formuló voto concurrente, y Ana Margarita Ríos Farjat, y de los Ministros Juan Luis González Alcántara Carrancá, quien formuló voto concurrente, Jorge Mario Pardo Rebolledo y Alfredo Gutiérrez Ortiz Mena. Ponente: Ministra Presidenta Ana Margarita Ríos Farjat. Secretario: Juan Jaime González Varas.

Tesis de jurisprudencia 101/2023 (11a.). Aprobada por la Primera Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada de doce de julio de dos mil veintitrés.

Esta tesis se publicó el viernes 04 de agosto de 2023 a las 10:12 horas en el Semanario Judicial de la Federación y, por ende, se considera de aplicación obligatoria a partir del lunes 07 de agosto de 2023, para los efectos previstos en el punto noveno del Acuerdo General Plenario 1/2021.

(Lo resaltado es nuestro)

Ahora bien, una vez identificada la figura de cosa juzgada refleja, es evidente que la misma no se actualiza en el presente asunto, puesto que en este procedimiento se están analizando temporalidades y circunstancias totalmente distintas a las de la Resolución Bial de 2017, ya que los insumos utilizados para la modificación y adición de medidas asimétricas de este procedimiento, corresponden a estudios de mercado efectuados en diferente temporalidad, asimismo, se presenta el dictamen técnico-jurídico inserto en la presente resolución, en observancia a los requisitos establecidos en el artículo 266, fracción XXIV, de la LFTR; y si bien es cierto, GTV-Televisa es el mismo actor en la Resolución Bial 2017 y en la presente revisión de medidas, más cierto es que GTV-Televisa es parte del AEPR desde la resolución de preponderancia de 2014, por lo que resulta obvio que mientras siga siendo el Agente Económico Preponderante en el Sector de la Radiodifusión, este Instituto seguirá regulando de manera asimétrica a dicho AEPR, lo que implica que las revisiones de medidas continuarán, afirmar lo contrario sería tanto como negar la facultades previstas en el texto constitucional para este Instituto.

Cabe puntualizar que las circunstancias, objeto y personas son distintas en el presente procedimiento, respecto de la revisión bial 2017 que, por lo que hace a las afiliadas independientes, hay agentes económicos que ya no forman parte del Agente Económico Preponderante en el sector de radiodifusión, pues mediante acuerdos P/IFT/040320/77⁸⁵ y P/IFT/251120/483⁸⁶, P/IFT/170221/93⁸⁷, P/IFT/100321/100⁸⁸, P/IFT/171121/607⁸⁹, P/IFT/151221/745⁹⁰, P/IFT/260122/17⁹¹, P/IFT/290622/382⁹², P/IFT/280922/496⁹³, P/IFT/280922/497⁹⁴ y P/IFT/231122/679⁹⁵, P/IFT/150223/35⁹⁶, el Pleno del Instituto aprobó las resoluciones mediante las cuales Tele-emisoras del Sureste, S.A. de C.V., Comunicación del Sureste, S.A. de C.V., Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V., Ramona Esparza González, TV Diez Durango, S.A. de C.V., Televisión de Tabasco, S.A., Telemisión, S.A. de C.V., Televisora XHBO, S.A. de C.V., y por lo que hace a Telsusa Televisión México, S.A. de C.V. se extingue su obligación de dar cumplimiento a la regulación asimétrica aplicable al agente económico en términos de la cesión de derechos

⁸⁵ Disponible para su consulta en:

<https://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliqa/vp04032077.pdf>

⁸⁶ Disponible para su consulta en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliqa/vp251120483.pdf>

⁸⁷ Disponible para su consulta en:

<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliqa/vp17022193.pdf>

⁸⁸ Disponible para su consulta en:

<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliqa/vp100321100.pdf>

⁸⁹ Disponible para su consulta en:

<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliqa/vp171121607.pdf>

⁹⁰ Disponible para su consulta en:

<https://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliqa/vp151221745acc.pdf>

⁹¹ Disponible para su consulta en:

<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliqa/vp26012217.pdf>

⁹² Disponible para su consulta en:

<https://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliqa/vp290622382.pdf>

⁹³ Disponible para su consulta en:

<https://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliqa/vp280922496acc.pdf>

⁹⁴ Disponible para su consulta en:

<https://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliqa/vppift280922497acc.pdf>

⁹⁵ Disponible para su consulta en:

<https://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliqa/vp231122679acc.pdf>

⁹⁶ Disponible para su consulta en:

<https://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliqa/pift15022335confidencialacc.pdf>

que se señala en el antecedente Décimo Octavo, respectivamente, dejaron de formar parte del grupo de interés económico declarado como agente económico preponderante en el sector de radiodifusión, extinguiéndose su obligación de dar cumplimiento a la regulación asimétrica aplicable al agente económico que haya sido declarado como preponderante en el sector de radiodifusión, lo que evidencia aún más que la figura de la cosa juzgada refleja no es aplicable al presente asunto.

Continuando con lo anterior, resulta una falacia el argumento de GTV-Televisa, en el sentido de que se actualiza la cosa juzgada refleja, pues el hecho de que en el amparo en revisión 751/2018, en el que sustenta GTV-Televisa su argumento, haya resuelto otorgar la protección de la justicia federal en contra de la Resolución Bienal 2017, ello de ninguna manera implica que este Órgano Constitucional Autónomo esté restringido en sus facultades como ente regulador del sector de la Radiodifusión, es decir, dicha ejecutoria en ninguno de sus resolutivos señala impedimento para que este Instituto pueda volver a realizar la evaluación de las medidas impuestas al AEPR, sino todo lo contrario, señala los elementos que deben tomarse en cuenta para que la regulación sea apegada a derecho, situación que evidencia que no existe una relación sustancial de interdependencia respecto al objeto sobre el que versa el juicio previo, pues este procedimiento no depende de lo resuelto en la Resolución Bienal 2017.

En este sentido, resulta a todas luces evidente la improcedencia del argumento de GTV-Televisa por cuanto hace a la cosa juzgada refleja.

Asimismo, si bien es cierto, que se concedió el amparo a GTV- Televisa en contra de la Resolución Bienal 2017 para efectos de que el Pleno del Instituto la dejara insubsistente y, en su caso, emitiera otra en la que se tomara en consideración las condiciones exigidas en el artículo 266 fracción XXIV de la LFTR, es importante recalcar que dicha sentencia versa sobre preceptos diversos a los que ahora corresponde analizar, esto es así, ya que como se desprende del expediente del procedimiento en el que se actúa, se emite un dictamen técnico-jurídico mismo que cumple con los requisitos establecidos en el artículo 266, fracción XXIV de la ley de la materia, pues se demuestra la existencia de una situación fáctica que justifica la modificación de las medidas asimétricas impuestas al AEP, haciendo evidente que lo argumentado en relación con el amparo en revisión 751/2018 por la SCJN, no guarda relación directa con las disposiciones que se reclaman en el presente procedimiento, de modo que, lo resuelto en aquel juicio, no tiene efectos sobre la resolución que nos ocupa.

Dicho lo anterior, resultan infundados los argumentos vertidos por GTV-Televisa en el sentido de que resulta aplicable la figura de la cosa juzgada refleja, pues aunado a lo ya previamente analizado, es importante evidenciar que lo que pretende GTV-Televisa al hacer valer la cosa juzgada refleja, es que el Instituto como ente regulador no pueda ejercer sus facultades regulatorias, atentando contra su naturaleza jurídica como órgano regulador, que por su autonomía y conocimiento especializado atiende con los retos del sector correspondiente, para el caso concreto, el de la radiodifusión, pues dichas facultades

regulatorias son indispensables para lograr que los mercados y sectores regulados alcancen ciertos objetivos sociales, que serían irrealizables sin la intervención pública de dichos organismos.

Respecto de las modificaciones a las medidas en, compartición de infraestructura y desagregación se emplea una metodología de evaluación que se enfoca en 3 (tres) aspectos importantes:

1. Tomar como punto de partida los objetivos que persigue la regulación;
2. Identificar las barreras a la competencia presentes en el mercado, las cuales pueden estar relacionadas con barreras regulatorias, altos costos hundidos y el comportamiento de agentes dominantes o establecidos, y
3. Considerar la razonabilidad de la regulación sobre la afectación.

En ese contexto, para cada grupo de Medidas, se sigue una metodología de evaluación que consiste en cuatro pasos:

1. Diagnóstico general en la prestación de los servicios,
2. Identificación del propósito de las Medidas,
3. Evaluación de impacto, y
4. Formulación de recomendaciones generales.

a) Compartición de infraestructura.

Al respecto, el Instituto cumple con lo dispuesto por la medida Trigésima, pues ha realizado la evaluación en términos de competencia de las medidas impuestas al AEPR, tomando en consideración el Análisis en Materia de Competencia, la cual fue remitida a la UPR mediante oficio IFT/226/UCE/DG-COEC/034/2022 de fecha 1 de julio de 2022 integrada al Expediente Administrativo y puesta a disposición de los agentes integrantes del AEP, asimismo, de la revisión de las propuestas de OPI, resulta eficiente centrar el análisis en los cambios con respecto a la OPI que se encuentra vigente, además de que aporta mayor transparencia en el proceso de consulta pública, ya que todos aquellos interesados pueden expresar su opinión respecto al servicio y, a su vez, que el Instituto mantenga altos estándares en la regulación del sector.

Asimismo, este análisis contempla cambios debido a que se detectaron asimetrías de información en el servicio de compartición de infraestructura, en virtud de que este Instituto tiene conocimiento de que el servicio fue solicitado, sin embargo, de los convenios firmados ninguno fue con el AEPR.

b) Desagregación

En el Análisis en Materia de Competencia se menciona que se ha solicitado la intervención del Instituto para resolver sobre posibles incumplimientos de las obligaciones de desagregación de canales de programación para algunas localidades, además, en la

práctica se observa que la adquisición desagregada de Canales de Programación de Grupo Televisa se ha dado de manera muy limitada pues, en relación con la implementación relacionada con los canales de programación, solo en 8 de los 645 contratos que se reportaron durante el primer trimestre de 2017 y el cuarto trimestre de 2021, se contrataron canales de manera desagregada.

Asimismo, es de señalar los objetivos de las medidas de Contenidos establecidos en la Resolución de Preponderancia⁹⁷ los cuales son:

- **Impedir que éste adquiera de forma exclusiva**, contenidos audiovisuales de alta popularidad o realice cualquier otra conducta con efectos similares.
- **Evitar que éste ofrezca canales de programación de forma discriminatoria** a plataformas tecnológicas distintas a la de televisión concesionada radiodifundida.
- Evitar que los beneficios de participar en clubes de compra de contenidos audiovisuales sea utilizado con propósitos anticompetitivos.

Los objetivos señalados tienen como finalidad evitar que el AEPR al ser titular de señales susceptibles de ser radiodifundidas, pueda utilizar su poder para crear ventajas exclusivas para sí mismo o para el desplazamiento de otros competidores, así como permitir que los canales de programación que sean licenciados puedan ser adquiridos en condiciones no discriminatorias.

Retomando lo anteriormente señalado es que este Instituto busca mejorar las medidas, abarcando escenarios con los que se podría afectar la competencia y siempre dentro del parámetro de la regulación, con la finalidad de dar claridad respecto a la ubicación en que deberá ser proporcionado el servicio y evitar dudas en cuanto al término “desagregación”, ya que se detectó que obligar a cualquier concesionario de STAR o de cualquier otra plataforma tecnológica distinta a la de televisión radiodifundida a contratar el acceso de un Canal de Programación para todas las localidades en las que tenga presencia, afectan la capacidad de competir de los Concesionarios en la provisión de dicho servicio y, con ello, a las audiencias.

Respecto a lo manifestado por GTV-Televisa en cuanto a que extender el contenido de la Medida Décimo Novena implicaría violentar el principio de tipicidad que rige al derecho administrativo sancionador, este Instituto señala lo siguiente:

Debe precisarse que respecto a lo argumentado por GTV- Televisa en relación con la violación del principio de tipicidad del derecho administrativo sancionador, cabe aclarar que dichas manifestaciones resultan infundadas, pues este procedimiento no deriva de un procedimiento de imposición de sanciones. En ese mismo sentido se ha pronunciado el

⁹⁷ Resolución de Preponderancia, pág. 620

Pleno de la Suprema Corte de Justicia, tal como lo expone en la tesis jurisprudencial que a continuación se transcribe:

Sirve de sustento la Tesis Jurisprudencial P./J. 100/2006, emitida por el Pleno de la SCJN, con número de registro 174326, localizable en el Semanario Judicial de la Federación, Tomo XXIV, agosto de 2006, página 1667, cuyo rubro y texto se transcriben:

TIPICIDAD. EL PRINCIPIO RELATIVO, NORMALMENTE REFERIDO A LA MATERIA PENAL, ES APLICABLE A LAS INFRACCIONES Y SANCIONES ADMINISTRATIVAS.

*El principio de tipicidad, que junto con el de reserva de ley integran el núcleo duro del principio de legalidad en materia de sanciones, se manifiesta como una exigencia de predeterminación normativa clara y precisa de las conductas ilícitas y de las sanciones correspondientes. En otras palabras, dicho principio se cumple cuando consta en la norma una predeterminación inteligible de la infracción y de la sanción; supone en todo caso la presencia de una lex certa que permita predecir con suficiente grado de seguridad las conductas infractoras y las sanciones. En este orden de ideas, debe afirmarse que la descripción legislativa de las conductas ilícitas debe gozar de tal claridad y univocidad que el juzgador pueda conocer su alcance y significado al realizar el proceso mental de adecuación típica, sin necesidad de recurrir a complementaciones legales que superen la interpretación y que lo llevarían al terreno de la creación legal para suplir las imprecisiones de la norma. **Ahora bien, toda vez que el derecho administrativo sancionador y el derecho penal son manifestaciones de la potestad punitiva del Estado y dada la unidad de ésta, en la interpretación constitucional de los principios del derecho administrativo sancionador debe acudirse al aducido principio de tipicidad, normalmente referido a la materia penal, haciéndolo extensivo a las infracciones y sanciones administrativas, de modo tal que si cierta disposición administrativa establece una sanción por alguna infracción, la conducta realizada por el afectado debe encuadrar exactamente en la hipótesis normativa previamente establecida, sin que sea lícito ampliar ésta por analogía o por mayoría de razón.***

Acción de inconstitucionalidad 4/2006. Procurador General de la República. 25 de mayo de 2006. Unanimidad de ocho votos. Ausentes: Mariano Azuela Güitrón, Sergio Salvador Aguirre Anguiano y José Ramón Cossío Díaz. Ponente: Genaro David Góngora Pimentel. Secretarios: Makawi Staines Díaz y Marat Paredes Montiel.

El Tribunal Pleno, el quince de agosto en curso, aprobó, con el número 100/2006, la tesis jurisprudencial que antecede. México, Distrito Federal, a quince de agosto de dos mil seis.

Nota: Esta tesis fue objeto de la denuncia relativa a la contradicción de tesis 398/2014 del Pleno, desechada por notoriamente improcedente, mediante acuerdo de 25 de noviembre de 2014.

(Lo resaltado es nuestro)

De la anterior tesis jurisprudencial se desprende que el principio de tipicidad que normalmente es referido a la materia penal se hace extensivo a procedimientos administrativos, pero únicamente por lo que se refiere a infracciones y sanciones administrativas. No obstante, el procedimiento en el que se actúa no es de naturaleza sancionatoria, puesto que el presente procedimiento no versa sobre la verificación ni sanción del incumplimiento de la regulación asimétrica.

Es decir, la Propuesta de Modificación no se trata de un mecanismo a través del cual el Instituto impone una sanción ante la comisión de una conducta infractora, sino de la revisión del marco regulatorio con el objeto de evaluar el impacto de las medidas en términos de competencia a efecto de suprimir, modificar o adicionar medidas que permitan alcanzar los objetivos originalmente planteados en la Resolución de AEPR.

El artículo 28, párrafo décimo sexto, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos prevé que el Instituto es la autoridad competente en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, y como ente regulador es el encargado de establecer e individualizar las medidas asimétricas en atención al principio de competencia especializada, dejando claro que la imposición de medidas asimétricas no constituyen una sanción impuesta como consecuencia jurídica del incumplimiento de los agentes económicos a ciertos deberes, sino una medida regulatoria.

Resulta aplicable por analogía la Tesis Aislada I.2o.A.E.48 A (10a.), emitida por los Tribunales Colegiados de Circuito, con número de registro 2013666, localizable en el Semanario Judicial de la Federación, Libro 39, febrero de 2017, Tomo III, página 2330, cuyo rubro y texto se transcriben:

PREPONDERANCIA EN EL SECTOR DE LAS TELECOMUNICACIONES. LA DECLARACIÓN RELATIVA Y LA IMPOSICIÓN DE MEDIDAS ASIMÉTRICAS NO CONSTITUYEN UNA SANCIÓN, SINO UNA MEDIDA REGULATORIA.

El Estado, en su papel regulador, hace uso de su facultad constitucional de planeación de las actividades económicas, sociales y culturales para la realización de ciertos fines que no podrían cumplirse si se dejaran al libre desempeño de las personas, a quienes, por tanto, no se concibe como sujetos pasivos de una potestad coactiva, sino como participantes y activos de un cierto sector o mercado regulado. Así, en materia de telecomunicaciones, la actividad regulatoria, que pretende eliminar prácticas contrarias a la competencia, proveer el acceso a recursos esenciales suprimiendo barreras artificiales, así como introducir conductas pro-competencia que de otra manera los agentes

*del mercado por sí solos no realizarían, se desarrolla mediante actos jurídicos materialmente legislativos, ejecutivos o jurisdiccionales, entre los cuales se encuentran, por una parte, las medidas regulatorias ex ante, cuya finalidad es preventiva, pues buscan generar bases para la competencia, impedir que se reduzca la calidad de los servicios por parte del operador dominante y evitar que éste funcione de manera deficiente o pueda utilizar su dominio para restringir la competencia en el mercado pertinente o en los mercados adyacentes y, por otra, las medidas denominadas ex post, que son correctivas y se implementan una vez que ya existe una distorsión en el mercado por la situación de dominancia de un agente económico o por el uso indebido de su poder. En estas condiciones, el Constituyente Permanente, atento a las necesidades de la sociedad, introdujo un modelo innovador de ingeniería constitucional para modificar cierto estado de cosas a través de la creación de un órgano regulador constitucional autónomo en los sectores de las telecomunicaciones y la radiodifusión para atender las distorsiones de éstos, y dispuso que en un plazo no mayor de ciento ochenta días naturales a partir de la integración del Instituto Federal de Telecomunicaciones, se determinara la existencia de agentes económicos preponderantes en los referidos sectores y se impusieran las medidas necesarias para evitar que se afectaran la competencia y la libre concurrencia y, con ello, a los usuarios finales. **Por tanto, la declaración de preponderancia en el sector de las telecomunicaciones y la imposición de medidas asimétricas no constituyen una sanción impuesta como consecuencia jurídica del incumplimiento de los agentes económicos a ciertos deberes, sino una medida regulatoria para corregir algunas distorsiones detectadas en ese ámbito.***

SEGUNDO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA ESPECIALIZADO EN COMPETENCIA ECONÓMICA, RADIODIFUSIÓN Y TELECOMUNICACIONES, CON RESIDENCIA EN LA CIUDAD DE MÉXICO Y JURISDICCIÓN EN TODA LA REPÚBLICA.

Amparo en revisión 165/2015. Teléfonos de México, S.A.B. de C.V. 26 de agosto de 2016. Unanimidad de votos. Ponente: Adriana Leticia Campuzano Gallegos. Secretario: Arturo Mora Ruiz.

Amparo en revisión 164/2015. Teléfonos del Noroeste, S.A. de C.V. 23 de septiembre de 2016. Unanimidad de votos. Ponente: Arturo Iturbe Rivas. Secretaria: Laura Zárate Muñoz.

Esta tesis se publicó el viernes 10 de febrero de 2017 a las 10:12 horas en el Semanario Judicial de la Federación.

(Lo resaltado es nuestro)

c) Adición de Medidas.

Los argumentos de GTV-Televisa resultan infundados en tanto que, contrario a sus afirmaciones, este Instituto Federal de Telecomunicaciones colma los requisitos previstos en el artículo 266, fracción XXIV, para las medidas específicas adicionales impuestas al AEPR para prevenir posibles afectaciones a la competencia, puesto que, como se ha mencionado en diversas ocasiones, forma parte de la presente resolución el dictamen técnico-jurídico correspondiente a la adición de medidas, mismo que contiene de manera exhaustiva la posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir y la razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación.

En este mismo sentido, es claro que los argumentos de GTV-Televisa resultan infundados, por lo que la adición de medidas está apegada al marco legal y constitucional aplicable.

El análisis del Instituto reveló que uno de los obstáculos para la regulación del sector de radiodifusión es la asimetría de información que se presenta entre el Instituto y el AEPR. Un claro ejemplo es que la cantidad de información que posee el Instituto respecto a la provisión de los servicios mayoristas ofertados por el AEPR no es apropiada y por tanto coloca al Instituto en una posición de desventaja frente al AEPR conforme a la posesión de información.

Por lo anterior, la adición de medidas busca mejorar el enfoque a través del cual se está regulando al AEPR por lo que se ha identificado cuáles son las secciones de éstas que no están siendo eficientes, con lo que pudiera repercutir en un aumento de costos de transacción, en precios hacia los consumidores, desincentivar la inversión, imponer cargas administrativas innecesarias y demás que pudiesen impactar negativamente a la competencia y a los usuarios.

d) Preponderancia a terceros ajenos al AEPR.

Respecto a las manifestaciones de GTV-Televisa, por cuanto hace a la cosa juzgada en su efecto reflejo, por economía procesal, ténganse aquí por reproducidas como si a la letra se insertasen, en obvio de repeticiones innecesarias las consideraciones realizadas con anterioridad por este Instituto, debiéndose reiterar únicamente que dicha figura no se actualiza en el caso de estudio, resultando infundado dicho razonamiento.

Lo anterior ya que no se reúnen las características establecidas para ello, máxime que forma parte de la presente resolución el dictamen técnico a que hace referencia el artículo 266, fracción XXIV, por lo que los argumentos del GTV-Televisa resultan infundados.

Ahora bien, es importante recalcar que con fundamento en lo dispuesto por el artículo 28 constitucional, el Instituto tiene por objeto "el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones" y para el cumplimiento de su objeto tiene a su cargo las facultades para la "regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de radiodifusión y

telecomunicaciones, así como del acceso a infraestructura activa, pasiva y otros insumos esenciales, garantizando lo establecido en los artículos 6o. y 7o. de esta Constitución.”

Cabe destacar que el artículo 6º constitucional, apartado B), fracción III, en relación con el servicio de radiodifusión dispone que:

“III. La radiodifusión es un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional, contribuyendo a los fines establecidos en el artículo 3o. de esta Constitución.”

Asimismo, el Instituto expuso en la Propuesta de Modificación que ninguno de los integrantes del AEPR adquiere de manera directa los derechos de retransmisión sobre los contenidos audiovisuales relevantes; sin embargo, al poder adquirirlos indirectamente a través de una empresa controlada por el AEPR, esto tendría un efecto similar a adquirir en exclusiva derechos de transmisión para cualquier lugar del territorio nacional, por lo que, el Instituto propuso que no se puedan adquirir en exclusiva derechos de transmisión sobre contenidos audiovisuales relevantes de forma directa o indirecta, a través de las personas bajo su control o influencia.

Con lo anterior, se evalúan alternativas regulatorias para: 1) atender la prohibición estricta para GTV–Televisa de adquirir en exclusiva derechos de transmisión sobre CAR, ya que no atiende el objetivo de dinamizar la competencia en la adquisición de contenidos para el STR, lo que podría generar distorsiones en la provisión de dicho servicio, y 2) impedir que el AEPR adquiriera derechos de transmisión de CAR de forma exclusiva o realice cualquier otra conducta con efectos similares. Lo anterior debido a que GTV-Televisa ha llevado a cabo distintas reestructuras y existe la posibilidad de que el AEPR adquiriera CAR de manera exclusiva, a través de empresas controladas por GTV-Televisa, provocando el riesgo de generar efectos anticompetitivos, como el desplazamiento de competidores, por lo que se considera importante ampliar el alcance de las medidas y minimizar los riesgos a la competencia.

En este sentido, no se prohíbe a otros agentes económicos adquirir contenidos audiovisuales relevantes para transmitirlos en cualquier plataforma tecnológica, sino que está restringiendo la capacidad del AEPR para adquirir derechos para transmitir en exclusiva contenidos audiovisuales relevantes a través de la televisión radiodifundida, dejando incluso la opción de poder hacerlo siempre y cuando adquiriera el derecho y la obligación de sublicenciarlos.

Dicha medida tiene como objeto prevenir que el agente económico preponderante a través de sus subsidiarias, filiales o cualquier miembro del grupo, adopte conductas, mecanismos o actitudes encaminadas a evadir el cumplimiento de la imposición de las medidas.

Dicho de otra forma, dado que GTV-Televisa en la actualidad cuenta con distintas reestructuras en su organización, es necesario que este Instituto considere las diversas empresas que ahora forman parte de GTV-Televisa y que, como están actualmente las medidas, por falta de especificidad en las mismas, podrían salir del parámetro de la regulación asimétrica, por lo que se busca que GTV-Televisa no adquiera CAR de forma exclusiva indirectamente a través de una subsidiaria o afiliada propia o de participación mayoritaria que se encuentre fuera del GIE declarado como AEPR.

Por lo que evidentemente, tal medida está comprendida dentro de las facultades constitucionales que le fueron conferidas al Instituto Federal de Telecomunicaciones de imponer las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia.

Por todo lo anterior, se realiza la modificación referente al alcance de adquisición de CAR, con la finalidad de dinamizar la competencia en la adquisición de contenidos para el STR y evitar que las empresas que no son parte del AEPR, pero sí son parte de GTV-Televisa, adquieran CAR en exclusiva, ya que esto beneficiaría al AEPR y limitaría la competencia.

Manifestaciones de GTV- Televisa

V. CONSIDERACIONES EN TORNO AL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN QUE FUNDAMENTAN LA RAZONABILIDAD DE MODIFICAR Y/O ADICIONAR LAS MEDIDAS.

Manifiesta que el Instituto debe tener presente que las condiciones de mercado que determinaron en su momento a GTV-Televisa y las entonces subsidiarias, como parte del AEPR han cambiado y que, en las condiciones actuales, dicha condición debería ser reevaluada, pues en el ejercicio 2020-2021 el Instituto se basó en las métricas de “Audiencia”, “Canales de Transmisión” y “Canales de Programación, en virtud de lo siguiente:

“a) Las premisas sobre las que el IFT justifica una modificación y/o adición a las Medidas carecen en general de una debida fundamentación y motivación ya que no justifican el cambio de condiciones del sector de radiodifusión para imponer Medidas adicionales.”

“b) Análisis de las participaciones de mercado e índices de concentración.”

Además, aduce que el oficio IFT/224/UMCA/DG- AMCA/037/2022, solicitado a la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales (UMCA), no fue puesto a su disposición por lo que se encuentra en estado de indefensión.

Consideraciones del Instituto.

En relación con las manifestaciones transcritas previamente, el Instituto expone lo siguiente:

Las manifestaciones de GTV-Televisa resultan infundadas en tanto que, contrario a lo que aseveran, este Instituto actuó atendiendo cabalmente el contenido del artículo 266 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, así como la Medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia.

Lo anterior se afirma ya que, como se ha venido señalando, es parte de la presente resolución el dictamen técnico-jurídico a que hace referencia la fracción XXIV del artículo 266 de la LFTR, por lo que las medidas adicionadas están sustentadas en la potencial afectación a la competencia económica que se pretende corregir y la razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación. Asimismo, la modificación de medidas prevista en la presente resolución está fundada y motivada de manera exhaustiva, desde un punto de vista legal, técnico y económico, por lo que su determinación resulta proporcional y congruente con los fines que originalmente buscaban las medidas modificadas.

Ahora bien, respecto a lo argumentado por GTV-Televisa en lo relativo a que las condiciones de mercado que determinaron en su momento a GTV-Televisa y las entonces subsidiarias, como parte del AEPR han cambiado, como ya se abordó anteriormente, este Instituto por causas de fuerza mayor, no pudo continuar con el procedimiento de revisión de medidas de 2019, sin embargo, con las facultades constitucionales que le son otorgadas, inició un nuevo procedimiento con información actualizada, y una vez reanudados los plazos fue imposible retomar el curso del procedimiento ante la notificación al Instituto de la ejecutoria correspondiente al Amparo en Revisión 751/2018, mediante la cual la SCJN resolvió otorgar a Grupo Televisa el amparo en contra de la Resolución Bienal 2017, y lo procedente era poner fin al procedimiento de Revisión Bienal 2019.

Se ordenó iniciar un nuevo procedimiento de revisión de medidas, para lo cual la Unidad de Política Regulatoria del Instituto inició la presente evaluación de impacto de las medidas impuestas al AEPR. Para lo anterior, se emitió una consulta pública sobre la efectividad en términos de competencia de las medidas impuestas al AEPR el 7 de abril de 2021, asimismo se solicitó la opinión de la Unidad de Competencia Económica relacionada con el impacto en términos de competencia de las medidas impuestas al AEPR y a su vez, se solicitó a la Unidad de Cumplimiento el Informe Conductual del AEPR.

Resulta importante destacar que la evaluación de medidas no tiene por efecto la declaración de AEP ni la determinación de los miembros que la conforman, sino únicamente el análisis del impacto en términos de competencia de las medidas impuestas al AEPR, en aras de garantizar una competencia efectiva, mediante la supresión, adición o modificación de medidas vigentes. Por lo tanto, a los miembros del Grupo de Interés Económico (en lo sucesivo, "GIE") que fueron declarados como AEP en la Resolución de Preponderancia, así como a las personas físicas o morales que sean sus causahabientes o cesionarios de derechos o que resulten de reestructuras corporativas o modificaciones accionarias derivadas de concentraciones de cualquier tipo a agentes vinculados con el AEP, le son

aplicables todas y cada una de las obligaciones consagradas en la Resolución de AEP, así como las que adopte el Instituto en la presente Resolución, con la finalidad de evitar afectaciones a la competencia y libre concurrencia.

Resulta pertinente retomar que la naturaleza jurídica de la revisión bienal se centra en la atribución con la que cuenta el Instituto para modificar en sentido amplio el esquema regulatorio impuesto originalmente en la Resolución de AEPR, la cual no atiende a una actuación arbitraria por parte de este órgano regulador, sino que está sustentada en conocimientos técnicos y especializados en la materia, que tiene como objetivo primordial evaluar el impacto económico generado por las medidas para alcanzar los fines constitucionales perseguidos con la regulación asimétrica.

En ese sentido, la revisión bienal descansa en dos aspectos fundamentales: el primero, la libertad configurativa que el poder reformador confirió al Instituto desde el momento de su creación para diseñar la regulación a través de la cual cumpliría con los fines constitucionales que le fueron encomendados y, el segundo, la competencia originaria que constitucionalmente le fue otorgada al Instituto para crear la regulación asimétrica aplicable al AEPR.

Asimismo, es de señalar que, si bien el análisis versa sobre años anteriores y, por lo tanto, en sus manifestaciones menciona que *las condiciones de mercado que determinaron en su momento a GTV y las entonces subsidiarias, como parte del AEPR han cambiado y que, en las condiciones actuales, dicha condición debería ser reevaluada*, es de considerar la importancia de la mejora a través del análisis de impacto en términos de competencia de las medidas impuestas al AEPR para así evitar asimetrías de información que se pudieran presentar entre el Instituto y el AEPR.

Ahora bien, respecto a lo argumentado por GTV-Televisa, de que el oficio IFT/224/UMCA/DG- AMCA/037/2022, solicitado a la UMCA, no fue puesto a su disposición y que esta situación los coloca en un estado de indefensión, no le asiste la razón a GTV-Televisa puesto que al tratarse de actos intraprocesales y ser documentos que constituyen opiniones de carácter interno, cuyo fin es meramente orientador y no condicionan ni coaccionan al particular ni tampoco implican decisión alguna, la falta de traslado no constituye una omisión o irregularidad del Procedimiento Administrativo por parte de la autoridad.

Resulta aplicable por analogía la Tesis I.1o.A.E.62 A (10a.), emitida por los Tribunales Colegiados de Circuito, con número de Registro 2009518, localizable en el Semanario Judicial de la Federación, Libro 19, junio de 2015, Tomo III, Décima Época, página 2244, cuyo rubro y texto se transcriben:

“INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES. LA OPINIÓN DE SU UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA, PREVIA AL PROYECTO DE RESOLUCIÓN QUE DETERMINA LA EXISTENCIA DE UN AGENTE

**ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE LA RADIODIFUSIÓN,
NO ES UN ACTO DE AUTORIDAD PARA EFECTOS DE LA PROCEDENCIA
DEL JUICIO DE AMPARO.**

La opinión que emite la Unidad de Competencia Económica del Instituto Federal de Telecomunicaciones, previa al proyecto de resolución que determina la existencia de un agente económico preponderante en el sector de la radiodifusión, es de naturaleza meramente orientadora y no implica decisión alguna ni condiciona unilateral y coercitivamente a los particulares, incluso si influye o trasciende a la determinación final porque, en este supuesto, no es su contenido como opinión, sino el hecho de que se convirtió en parte de los fundamentos y motivos de la resolución reclamada, lo que repercute en su ámbito legal. Por tanto, dicha opinión no es un acto a través del cual se hayan creado, modificado o extinguido situaciones jurídicas unilateral y obligatoriamente y, en consecuencia, no puede considerarse de autoridad para efectos de la procedencia del juicio de amparo; de ahí que no sea factible examinar su constitucionalidad ni, en ese tenor, verificar si satisface los requisitos del acto administrativo.”

(Lo resaltado es nuestro)

Por lo anterior, la opinión solicitada a la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales (UMCA) encuentra su razón en la necesidad de que este Instituto cuente con la mejor información que le permita orientar de manera adecuada y eficiente los actos materia de su competencia, tomando en consideración que dicha opinión pertenece al género de los “actos administrativos no decisorios, preparatorios o instrumental consultivos, cuyo propósito es contribuir a que el órgano competente adopte una decisión en el caso concreto, de suerte que cualquier consideración vertida en la opinión no trascienda por sí misma al destinatario de la resolución”.⁹⁸

Por lo tanto, se concluye que dichos documentos son elementos auxiliares de los cuales se allega la DGDTR para sustanciar el procedimiento en que se actúa, los que constituyen actos de naturaleza meramente orientadora y no implican decisión alguna ni condicionan unilateral ni coercitivamente a los particulares.

Por otro lado, la Unidad de Política Regulatoria de este Instituto hizo del conocimiento del AEPR el inicio del Procedimiento Administrativo, así como los fundamentos y motivos que dieron origen al mismo, confiriéndole el derecho de manifestar, ofrecer medios de prueba y alegar lo que a su derecho conviniera durante su sustanciación, lo que es acorde con las

⁹⁸ Sirve de sustento la Tesis I.2o.A.E.40 A, emitida por los Tribunales Colegiados de Circuito, con número de registro 2013659, localizable en el Semanario Judicial de la Federación, Libro 39, febrero de 2017, Tomo III, Décima Época, página. 2279, cuyo rubro señala: “INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES. LA OPINIÓN DEL JEFE DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA DE ESE ÓRGANO EN EL PROCEDIMIENTO PARA LA DECLARACIÓN DE PREPONDERANCIA, NO CAUSA PERJUICIO A LOS CONCESIONARIOS INVOLUCRADOS (NORMATIVA ABROGADA)”.

formalidades esenciales del procedimiento reconocidas en los artículos 1°, 14 y 16 de la Constitución.

En consecuencia, las formalidades en el Procedimiento Administrativo, así como el derecho a una defensa adecuada del AEPR, han sido observados y respetados, aunado al hecho de que el AEPR tuvo en todo momento a su disposición el expediente relativo al Procedimiento Administrativo y, de esa forma, el conocimiento pleno de las documentales que lo integran para preparar una defensa adecuada.

Por todo lo anterior, devienen de infundados los argumentos vertidos por GTV.

“c) Incremento en la oferta de contenidos audiovisuales vía streaming.”

En el escrito de referencia, señala que (este) “...*Instituto no incluye en su análisis ni toma en consideración el rápido crecimiento de los servicios de video Over The Top por sus siglas en inglés (“OTT”), fenómeno que ya ha sido reconocido incluso por el propio Instituto.*”

Al respecto, se puede definir el servicio OTT como aquellos servicios de video, audio, voz o datos que se transmiten sobre las plataformas de internet fijo o móvil y que generalmente no son provistos por los operadores tradicionales de telecomunicaciones. Estos servicios requieren un dispositivo terminal con acceso a internet, tales como la computadora, el teléfono inteligente, la consola de juegos, la tableta o el televisor inteligente. A diferencia de los servicios tradicionales, el proveedor de servicios OTT generalmente es distinto del operador que administra la red. Los atributos de las ofertas del servicio dependen exclusivamente del proveedor de OTT, pero la percepción de calidad recibida por el usuario se ve influida también por la calidad y capacidad del acceso a internet de la red que provee la infraestructura⁹⁹.

Con base en lo anterior, si bien dicho servicio ha presentado un acelerado crecimiento, es importante señalar que para acceder a este servicio se requiere un dispositivo terminal con acceso a internet, a diferencia del STR. Además, en los mercados geográficos donde la penetración de internet es baja, los servicios tradicionales de televisión abierta son dominantes.

En el Análisis en Materia de Competencia se señala que en México el STR sigue siendo el medio del que más usuarios dependen para ver canales de televisión. Además, entre marzo de 2017 y diciembre de 2021, el rating de los canales del STR se ha mantenido en niveles relativamente estables y mayores que el rating de los canales del STAR y que el STR es el segundo medio al que los anunciantes destinan más recursos para la adquisición de espacios publicitarios.

⁹⁹ https://www.ift.org.mx/sites/default/files/ott_pdf_0.pdf

En México, el crecimiento de las plataformas OTT está relacionado con se alcance una mayor penetración, menor precio y mejor calidad de la banda ancha.

“d) Existencia de competidores que han incrementado su participación”

“e. La información utilizada se encuentra desactualizada, lo cual resulta relevante atendiendo al rápido cambio en las condiciones de mercado.”

Las representantes de GTV-Televisa, señalan que el Análisis realizado por UCE para estudiar el impacto de las medidas impuestas al AEPR, se encuentra esencialmente desactualizado, bajo la lógica de que el referido análisis tomó la información del mercado de marzo de 2017 a diciembre de 2021, datos que según su dicho “no reflejan en el mercado de la radiodifusión actual, ni mucho menos la eficiencia de las Medidas y su necesidad de modificación, supresión y/o adición.

También refiere que contrario a lo dispuesto por el propio Instituto en la Resolución P/IFT/181120/437, mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones da cumplimiento a la ejecutoria emitida en sesión de fecha 21 de noviembre de 2019 por la Segunda Sala de la SCJN correspondiente al amparo en revisión 751/2018 la regulación que se plantea no es conforme a la realidad actual del sector, ya que la misma corresponde a los años 2017 a 2021, y que, en efecto, *“el dinamismo del mercado del servicio de la radiodifusión no permite el tomar referencias con la temporalidad que se pretende y así resultar una regulación eficaz”*.

Insiste en que debe considerarse necesariamente la evolución de las plataformas de contenidos audiovisuales, en atención a que éstas influyen directamente en la competencia del mercado de radiodifusión, tan es así que su alcance se toma en cuenta para la modificación de las diversas Medidas impuestas, desde publicidad, como adquisición de contenidos audiovisuales.

Asimismo, realiza un ejercicio con el cual pretende demostrar que la información con la cual se fundamentó el Análisis en Materia de Competencia hace evidente la falta de idoneidad para reflejar la realidad actual del sector, dicho análisis se circunscribe a tres elementos, los cuales son:

Por constituir hechos y actos de carácter económico, contable, jurídico o administrativo

[REDACTED]

Por constituir hechos y actos de carácter económico, contable, jurídico o administrativo

[REDACTED]

[REDACTED]

Por constituir hechos y actos de carácter económico, contable, jurídico o administrativo

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Sostiene que es evidente que las Medidas propuestas no reflejan la realidad actual del sector ya que no abarcan los cambios que se han dado durante 2022 y 2023, lo cual prácticamente deja de considerar los últimos dos años antes de que se emitan las Medidas (2024), tan es así, que el propio Instituto en la Resolución de Cumplimiento de la Ejecutoria consideró que no era pertinente la emisión de otra resolución exclusivamente para la primera evaluación bienal, en virtud de que no es idóneo considerar el impacto de las Medidas en términos de competencia al 2020, a efecto de que la regulación sea acorde a la realidad del sector de radiodifusión que tiene cambios drásticos en periodos de tiempo relativamente cortos.

GTV-Televisa señala que el Análisis en Materia de Competencia no encuentra razonabilidad en sostener que el impacto de las Medidas en el periodo comprendido entre marzo de 2017 y diciembre de 2021 resulta adecuado, considerando indicadores actualizados y para un periodo razonable acerca del sector y de la prestación de los servicios regulados ya que no contemplarán la información relativa a los años 2022 y 2023.

Si bien es cierto que los competidores en el sector han aumentado su cobertura y participación, en el mismo Análisis en Materia de Competencia se señala que los Canales de Programación de Grupo Televisa, en particular, Las Estrellas y Canal 5, se han mantenido dentro de los Canales de Programación con mayor audiencia a nivel nacional, además en el periodo analizado la participación del AEPR del share de audiencia fue de 60.9%, porcentaje mucho mayor que los otros participantes en el sector.

Es de destacar que el aumento de la competencia es en beneficio de los usuarios y es resultado de la regulación del sector, el cual busca, aumentar la competencia y la libre concurrencia.

En conclusión, siguiendo el mismo criterio establecido en la Resolución P/IFT/181120/437, mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones da cumplimiento a la ejecutoria emitida en sesión de fecha 21 de noviembre de 2019 por la Segunda Sala de la SCJN correspondiente al amparo en revisión 751/2018, la información recabada del 2017 al 2021, la cual constituyó el sustento para la determinación del Análisis en Materia de Competencia, no es concordante con la realidad del sector de radiodifusión para los dos años previos a la emisión de las nuevas Medidas, en consecuencia, se cuestiona la pertinencia de las Medidas propuestas.

Consideraciones del Instituto

En relación con las manifestaciones transcritas previamente, el Instituto expone lo siguiente:

Al respecto, debe señalarse que los argumentos utilizados por GTV-Televisa, en relación con la supuesta desactualización del análisis realizado por la UCE de este Instituto, así

como de las Medidas impuestas al AEPR, y su falta de idoneidad por no resultar presuntamente concordantes con la realidad del sector, resultan infundadas, en tanto que pasan por alto dos factores esenciales para el correcto estudio de la información contenida en dichos documentos.

El primero de estos factores a saber, es el impacto que tuvo la emergencia sanitaria causada por el virus SARS-CoV2 (COVID-19), en toda las actividades en México, y por supuesto lo tuvo en el sector de la radiodifusión, debiéndose señalar en primer lugar que dicho fenómeno repercutió en una falta de dinamismo en el sector, toda vez que el inicio de la pandemia implicó la suspensión temporal de las actividades que involucraran la concentración física, tránsito o desplazamiento de personas, así como en que la economía mundial presentó una caída significativa de la actividad económica en el 2020. Esta recesión se vio reflejada en la disminución del Producto Interno Bruto (PIB) de dicho año con respecto al año anterior¹⁰⁰, resultando insoslayable que dicho fenómeno tuvo una incidencia directa en el sector, y que hoy en día aún se notan sus efectos.

Luego entonces, los efectos de dicho fenómeno se tradujeron en un decrecimiento económico, lo que conllevó a una cierta alteración de las condiciones del mercado, por lo que tal y como se ha referido con anterioridad, no resultó necesario actualizar la información contenida en el “Análisis y la Opinión respecto al impacto en materia de competencia de las medidas impuestas al AEPR para el periodo marzo 2017 y diciembre de 2021”, pues dicha información resulta aún aplicable y suficiente para las condiciones que prevalecen en el sector. Ello resulta aún más evidente ya que GTV-Televisa, sólo se limita a señalar que esa información se encuentra viciada, pero sin exponer o identificar el porqué de la falta de idoneidad o emitir un análisis exhaustivo a través del cual se evidencie con claridad el porqué de sus dichos.

Asimismo, debe reiterarse que el sector de radiodifusión no presenta un dinamismo tan alto, si se compara, por ejemplo, con el sector de telecomunicaciones, es totalmente distinto, por lo que no se puede regular de la misma forma. Además con la información con la que cuenta este Instituto se obtiene que el sector en relación a compartición de infraestructura, contenidos y publicidad no ha sufrido tantos cambios, por lo cual, la información con la que contaba el Instituto, es decir, los oficios IFT/225/UC/DG-SVRA/0490/2021 e IFT/225/UC/DG-SVRA/0491/2021, ambos de fecha 21 de diciembre de 2021, los diversos oficios IFT/225/UC/DG-SVRA/0243/2022 e IFT/225/UC/DG-SVRA/0244/2022, así como el multicitado “Análisis y la Opinión respecto al impacto en materia de competencia de las medidas impuestas al AEPR para el periodo marzo 2017 y diciembre de 2021”, resultan válidos y perfectamente aplicables, sin que el contenido de ellos les resulte en perjuicio alguno.

¹⁰⁰ Disponible en <https://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/el-ift-presenta-el-estudio-analisis-de-los-sectores-de-telecomunicaciones-y-radiodifusion-en-2020>

En ese orden de ideas, se insiste en que el Análisis en Materia de Competencia al presentar la evolución de un conjunto de indicadores de la provisión de servicios de radiodifusión, que permiten evaluar el desempeño de las medidas en relación con los objetivos de su imposición, a su vez, sustenta la formulación de recomendaciones sobre la modificación, eliminación o adición de medidas, cumpliendo con lo dispuesto por la Medida Trigésima de la resolución de preponderancia, lo que hace inatendible lo argumentado por GTV-Televisa, con relación a un supuesto actuar indebido del Instituto, pues dicho análisis cumple con su finalidad regulatoria, es decir, busca la consecución de la reducción o eliminación de barreras a la entrada y la expansión de participantes distintos al AEPR, en relación con la infraestructura necesaria para prestar los servicios, los contenidos necesarios para atraer audiencia y la publicidad necesaria para establecerse en el mercado; la realización por parte del AEPR de conductas anticompetitivas, como la coordinación con otros agentes competidores, exclusividades, ventas atadas, negativa de trato y discriminación y la salvaguarda de posibles riesgos derivados de aspectos como la capacidad de negociación del AEPR y el posicionamiento de sus productos, por lo que no hay una transgresión en lo dispuesto en la medida trigésima, es decir, no se haya excedido la temporalidad de la revisión de las medidas.

Así las cosas, no debe desatenderse el hecho que el sector de la Radiodifusión es diferente al de las Telecomunicaciones, siendo menos dinámico el primero de estos, por lo que las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia y, con ello, a los usuarios finales, en el sector de Radiodifusión y no cambian debido a la infraestructura, lo cual se traduce en que la información con la cual el Instituto analizó los impactos de las medidas resulta óptima para el presente procedimiento.

Ahora bien, el segundo factor a considerar con relación a la aplicabilidad y validez del Análisis en Materia de Competencia, así como de la supresión, modificación y adición de las Medidas impuestas al AEPR, es el consistente en que si se realiza una comparativa de los datos arrojados por el Análisis en Materia de Competencia, para el periodo comprendido entre el primer trimestre de 2017 y el primer trimestre de 2019, con el periodo comprendido hasta 2021, se puede apreciar que los resultados contenidos en dichos análisis tienen mínimas diferencias, es decir, no se observan grandes variaciones entre los resultados de los estudios realizados durante dichos periodos, por lo que los posibles resultados que podría arrojar un estudio más actualizado, es decir, de las anualidades 2022 y 2023, no resultarían en conclusiones considerablemente distintas.

Así las cosas, esta actualización del análisis no implica en una afectación para GTV-Televisa, ya que la información con la que se sustenta el presente procedimiento es vasta y suficiente, máxime si se toma en cuenta que el sector de radiodifusión no es dinámico y, que como se mencionó con anterioridad, los resultados de esta actualización difícilmente arrojarían datos divergentes, sino que tendrían como resultado una continuidad predecible de la movilidad del sector.

Por lo anterior, resulta infundado el argumento utilizado por GTV-Televisa respecto de la supuesta desactualización del Análisis en Materia de Competencia y la indebida actuación del Instituto, pues como se ha expuesto con anterioridad el Análisis en Materia de Competencia respecto al impacto en materia de competencia económica de las Medidas, y de la UC en el informe conductual, se encuentran ajustadas a la realidad del sector, aun y cuando el primero fue comprendido para el periodo entre marzo de 2017 (IT 2017) y diciembre de 2021 (4T 2021), y el segundo en el periodo 2020-2021, lo cual no genera impacto negativo en GTV-Televisa, por lo que del estudio y comparativa de los resultados de los informes de diversas anualidades, se deben entender como aplicables y válidos.

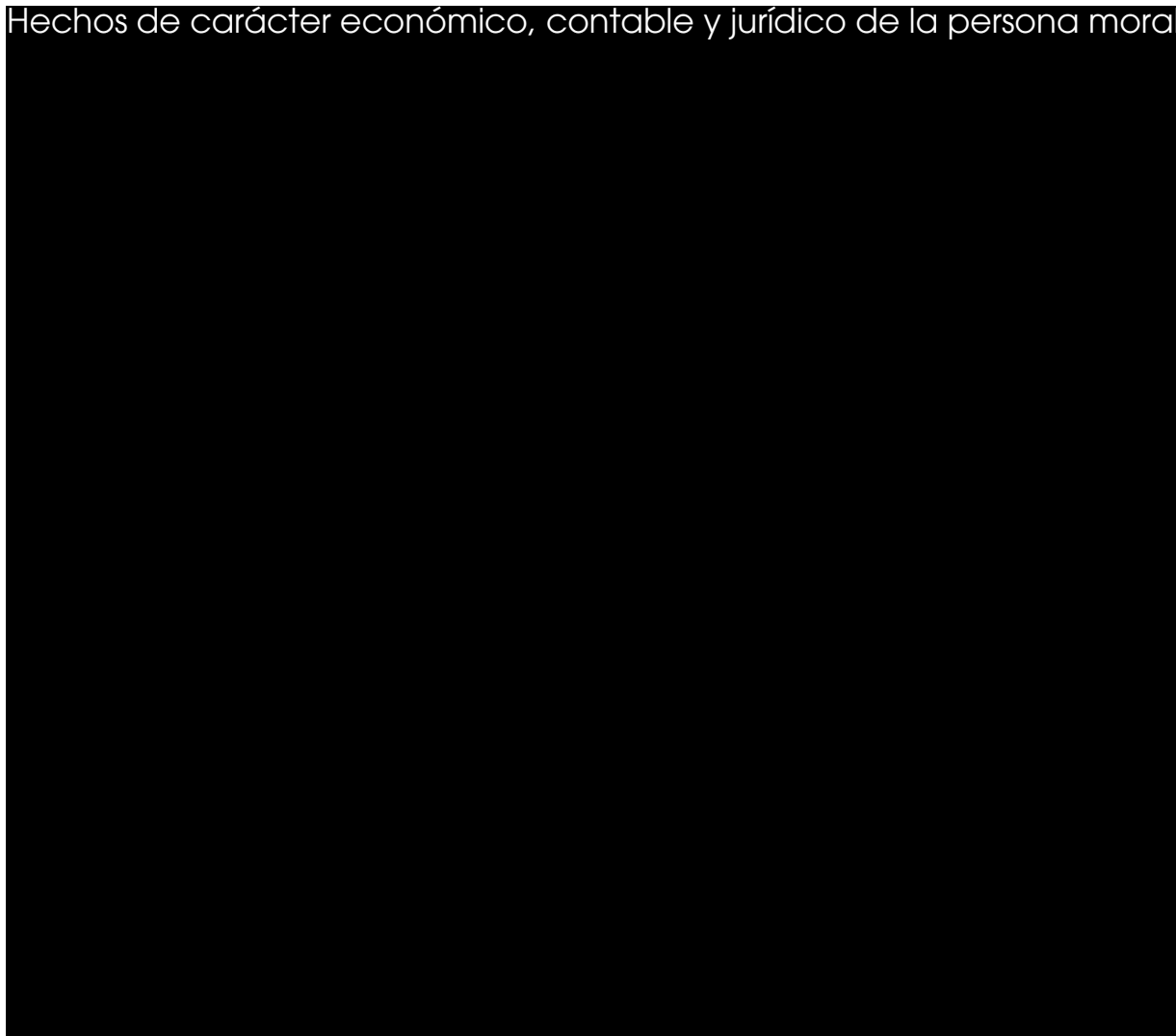
Para una mejor comprensión de lo anterior se ha de ejemplificar con los datos arrojados por los análisis con relación a la relevancia del STR, realizándose una comparativa entre los resultados del Análisis en Materia de Competencia respecto al impacto en materia de competencia de las medidas impuestas al agente económico declarado preponderante en el sector de **radiodifusión**, para el periodo comprendido entre el primer trimestre de 2017 y el primer trimestre de 2019 **y los resultados de ese mismo análisis hasta el 2021:**

Relevancia del STR (2017-2019)

Se identifica que en México el STR sigue siendo el medio del que más usuarios dependen para ver canales de televisión.¹⁰¹ Además, como se observa en la figura siguiente, si bien el rating de los canales del STR registró una caída entre enero de 2014 y enero de 2016, éste se ha ido recuperando a partir de esa fecha. En contraste, el rating de los canales exclusivos del STAR ha disminuido de manera consistente a partir de enero de 2016.

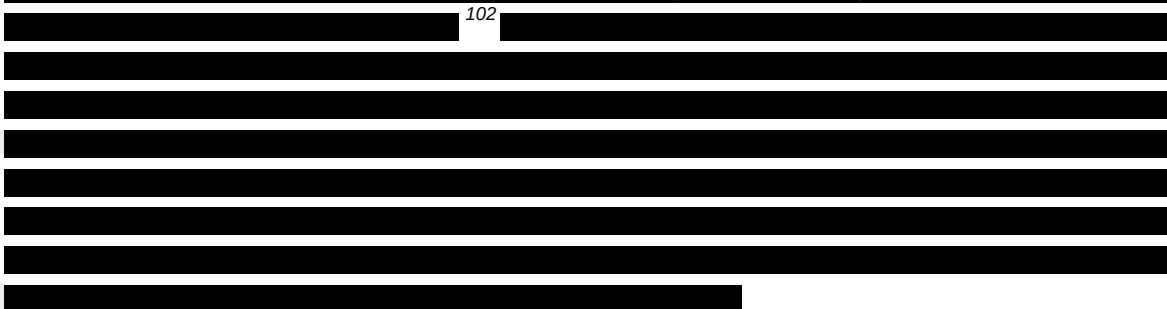
¹⁰¹ Según la ENCCA 2017, el 56% de los entrevistados con televisor, dijo depender de la señal del STR para ver canales de televisión. Para mayor referencia, ver: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/encca2017191218vf.pdf>

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral



Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

102



[REDACTED]

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

[REDACTED]¹⁰³ [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

[REDACTED]

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

[REDACTED]¹⁰⁴ [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

[REDACTED]
¹⁰³ [REDACTED]
[REDACTED]
¹⁰⁴ [REDACTED]
[REDACTED]

A la luz de lo anterior, y tal y como se puede apreciar de la comparativa entre los resultados del Análisis en Materia de Competencia, es claro que las diferencias no arrojan resultados considerablemente distintos, sino que evidencian continuidad y poca movilidad, lo que refuerza el hecho de que el dinamismo en el sector es bajo, y resulta en un ámbito de aplicación temporal perfectamente válido, por lo que debe considerarse que la información que utilizó este Instituto está conforme a la realidad del sector, contrario a lo argüido por GTV-Televisa.

Por lo anteriormente expuesto, es que se considera que los argumentos utilizados por GTV-Televisa resultan infundados, siendo claro que la información con la que se allegó este Órgano Constitucional Autónomo resulta válida y de ninguna manera excede una revisión bienal de medidas, por el contrario se ha cumplido con una de las funciones regulatorias del Instituto, apegadas a los principios de legalidad y debido proceso, buscando la eficacia del régimen asimétrico aplicable al preponderante con el objeto de que dicha regulación pueda dar cumplimiento al fin que persigue, es decir, el de salvaguardar el interés general en materia de Radiodifusión, garantizando lo establecido en los artículos 6o. 7o. y 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

B) ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LAS MODIFICACIONES Y ADICIONES A LAS MEDIDAS REGULATORIAS DEL AEPR PROPUESTAS EN LOS OFICIOS. Se analizan las defensas y argumentaciones planteadas por diversos concesionarios sobre la revisión de las medidas impuestas al AEPR y la consecuente modificación, supresión o adición de medidas. El análisis de las manifestaciones y adiciones a las medidas y las modificaciones se dividirá en los siguientes temas y orden: I. Medida Primera, II. Medida relacionada con las definiciones, III. Medidas relacionadas con el Acceso y Compartición de Infraestructura, IV. Medidas relacionadas con la Adquisición de Contenidos, V. Medida relacionada con la oferta de canales de programación, VI. Medida relacionada con la participación en clubes de compra, VII. Medidas relacionadas con la compartición de Espacios Publicitarios, VIII. Medida relacionada con la entrega de información, IX. Medida relacionada con la interpretación y resolución de disputas, X. Medida relacionada con la implementación del SEG.

Medida Primera

En el Oficio de Inicio de Procedimiento, se notificó a las Afiliadas Independientes integrantes del AEPR la modificación al segundo párrafo de la Medida Primera, en los siguientes términos:

“PRIMERA. - El presente documento tiene por objeto establecer las medidas relacionadas con la compartición de infraestructura, contenidos, publicidad e información al Agente Económico Preponderante en el sector

de radiodifusión, a efecto de evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia.

Las presentes medidas serán aplicables al Agente Económico Preponderante en el sector de radiodifusión a través de sus integrantes que cuenten con títulos de concesión de televisión radiodifundida o que sean propietarios o poseedores de Infraestructura pasiva, así como de los que lleven a cabo las actividades reguladas en el presente instrumento.”

Manifestaciones de las Afiliadas Independientes:

Respecto a la modificación de esta medida, no se presentaron manifestaciones por parte de las Afiliadas Independientes.

Pruebas ofrecidas.

Las afiliadas independientes no ofrecieron prueba alguna en el procedimiento de la revisión bienal en radiodifusión relacionada con las medidas propuestas en los oficios de inicio, particularmente con la modificación al segundo párrafo de la Medida Primera; no obstante, de haber sido debidamente notificadas de los citados oficios.

Consideraciones del Instituto.

Análisis en Materia de Competencia:

El Análisis en Materia de Competencia emitido por la UCE menciona que se debe homologar el marco regulatorio aplicable a Grupo Televisa y a las Afiliadas Independientes respecto a las medidas de compartición de Infraestructura, pues la UCE identificó una asimetría en la carga regulatoria para las Afiliadas Independientes.

Informe conductual:

Respecto a la medida primera el Informe Conductual no presentó recomendaciones ni conclusiones.

Dictamen sobre las medidas específicas adicionales impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión.

Marco Jurídico. En cumplimiento a lo dispuesto por el último párrafo del artículo 266 de la LFTR, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 6º, fracción XXVII del Estatuto, el Pleno del Instituto emite el dictamen a que hace referencia el último párrafo del artículo 266 de la LFTR.

a) la posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir

Derivado del Amparo a favor de GTV-Televisa por la SCJN, quedaron sin efecto las medidas impuestas en la Resolución Bienal 2017 para GTV-Televisa, pero se conservaron como marco regulatorio para la Afiliadas Independientes. Por su parte, el Análisis en Materia de

Competencia identificó que existe una asimetría en la carga regulatoria entre las Medidas vigentes para GTV-Televisa y las Medidas vigentes para las Afiliadas Independientes, puesto que mientras a GTV-Televisa solo se le obliga a ofrecer el servicio de compartición de Infraestructura Pasiva (Servicio de Coubicación, para las Afiliadas Independientes), mientras que las Afiliadas Independientes deben ofrecer, además, el Servicio de Emisión de Señal como servicio complementario a la compartición de Infraestructura Pasiva.

b) la razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación.

Respecto a la asimetría en la carga regulatoria hacia las Afiliadas independientes, el Análisis en Materia de Competencia destacó que esta asimetría no se basa en circunstancias de mercado, tales como el control de insumos de infraestructura adicionales. Por lo que no se identifican elementos para conservar esta diferenciación de marcos regulatorios entre GTV-Televisa y las Afiliadas Independientes, pues estas últimas resultan afectadas por una sobreregulación.

Debido a lo anterior, se considera que las Afiliadas Independientes no ameritan contar con una regulación asimétrica más estricta, por lo que el marco regulatorio aplicable a los integrantes del AEPR se unifica para que tanto GTV- Televisa como las Afiliadas Independientes se regulen bajo un solo marco regulatorio vigente.

Valoración de las pruebas.

Como se mencionó en párrafos previos, las Afiliadas Independientes no ofrecieron prueba alguna en el procedimiento de la revisión bienal en radiodifusión relacionada con la modificación al segundo párrafo de la Medida Primera, por ende, no existe materia de análisis.

Medida final

En razón de lo expuesto, se determina el texto de la medida conforme a lo siguiente:

PRIMERA. - El presente documento tiene por objeto establecer las medidas relacionadas con la compartición de infraestructura, contenidos, publicidad e información al Agente Económico Preponderante en el sector de radiodifusión, a efecto de evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia.

Las presentes medidas serán aplicables al Agente Económico Preponderante en el sector de radiodifusión a través de sus integrantes que cuenten con títulos de concesión de televisión radiodifundida o que sean propietarios o poseedores de Infraestructura pasiva, así como de los que lleven a cabo las actividades reguladas en el presente instrumento.

Medida relacionada con las definiciones

En el Oficio de Inicio de Procedimiento, se notificó a los integrantes del AEPR la modificación a la Medida Segunda, en los siguientes términos:

“SEGUNDA.- Sin perjuicio de las definiciones previstas en el artículo 3 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, para efectos de las presentes medidas, se entenderá por:

1) Agente Económico Preponderante. El agente económico que cuenta con una participación nacional mayor al cincuenta por ciento en el Sector de Radiodifusión, en términos de la fracción III del artículo Octavo Transitorio del Decreto, compuesto por las personas que se enlistan a continuación:

- 1. GRUPO TELEvisa. S.A. B.*
- 2. CANALES DE TELEVISIÓN POPULARES, S.A. DE C.V.*
- 3. RADIO TELEVISIÓN, S.A. DE C.V.*
- 4. RADIOTELEVISORA DE MÉXICO NORTE, S.A. DE C.V.*
- 5. T.V. DE LOS MOCHIS, S.A. DE C.V.*
- 6. TELEIMAGEN DEL NOROESTE S.A. DE C.V.*
- 7. TELEVIMEX, S.A. DE C.V.*
- 8. TELEVISIÓN DE PUEBLA, S.A. DE C.V.*
- 9. TELEVISORA DE MEXICALI, S.A. DE C.V.*
- 10. TELEVISORA DE NA VOJOA, S.A.*
- 11. TELEVISORA DE OCCIDENTE, S.A. DE C.V.*
- 12. TELEVISORA PENINSULAR. S.A. DE C.V.*
- 13. MARIO ENRIQUE MAYANS CONCHA*
- 14. TELEVISIÓN LA PAZ, S.A.*
- 15. TELEVISIÓN DE LA FRONTERA, S.A.*
- 16. PEDRO LUIS FITZMAURICE MENESES*
- 17. TELEMISIÓN, S.A. DE C.V.*
- 18. COMUNICACIÓN DEL SURESTE, S.A. DE C.V.*
- 19. JOSÉ DE JESÚS PARTIDA VILLANUEVA*
- 20. HILDA GRACIELA RIVERA FLORES*
- 21. ROBERTO CASI MIRO GONZÁLEZ TREVIÑO*
- 22. TV DIEZ DURANGO, S.A. DE C.V.*
- 23. TELEVISORA DE DURANGO, S.A. DE C.V.*
- 24. CORPORACIÓN TAPATÍA DE TELEVISIÓN, S.A. DE C.V.*
- 25. TELEVISIÓN DE MICHOACÁN, S.A. DE C.V.*
- 26. JOSÉ HUMBERTO Y LOUCILLE MARTÍNEZ MORALES*
- 27. CANAL 13 DE MICHOACÁN, S.A. DE C.V.*
- 28. TELEVISORA XHBO, S.A. DE C.V.*
- 29. TV OCHO, S.A. DE C.V.*
- 30. TELEVISORA POTOSINA, S.A. DE C.V.*

31. TV DE CULIACÁN, S.A. DE C.V.
32. TELEVISIÓN DEL PACÍFICO, S.A. DE C.V.
33. TELE-EMISORAS DEL SURESTE, S.A. DE C.V.
34. TELEVISIÓN DE TABASCO, S.A.
35. RAMONA ESPARZA GONZÁLEZ

Lo anterior, con excepción de aquellos agentes para los cuales el Pleno del Instituto haya determinado que dejaron de formar parte de aquel, por lo que ya no les resulta aplicable la regulación asimétrica.

2) Canal de Programación. Secuencia continua de programación de audio y video asociado cuyo contenido sea radiodifundido o coincida en más de un 50% con el radiodifundido entre las 6 y las 24 horas en el mismo día;

3) Concesionario Solicitante. Prestador del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada que solicita acceso y/o accede a la Infraestructura Pasiva del Agente Económico Preponderante, a fin de prestar este servicio. No se considerará como Concesionario Solicitante a cualquiera que cuente con 12 MHz o más de espectro radioeléctrico en la localidad de que se trate;

4) Contenidos Audiovisuales. Las obras de audio y video asociados producidas para su transmisión por estaciones de televisión radiodifundida, redes de telecomunicaciones y medios de comunicación en general. Los Contenidos Audiovisuales pueden constituirse en programas noticiosos, deportivos, documentales, culturales, películas, series, entre otros; y también en bibliotecas de programación de acceso bajo demanda o pago por evento, Canales de Programación, eventos programáticos individuales o series de eventos.

5) Contenidos Audiovisuales Relevantes. Aquellos Contenidos Audiovisuales que sean identificados por el Instituto, en función de su carácter no replicable y de su alto nivel esperado de audiencia regional o nacional, con base en los registros históricos de eventos similares. Entre estos se podrá incluir a la liguilla de los torneos de fútbol profesional nacional, las finales de los mundiales de fútbol de la Federación Internacional de Fútbol Asociación, los eventos deportivos de los Juegos Olímpicos de verano e invierno donde participen deportistas mexicanos, las ceremonias de inauguración y clausura de estos juegos los juegos de las selecciones nacionales de fútbol y los "play offs" de la liga mexicana de béisbol del Pacífico.

6) SUPRIMIDA

7) SUPRIMIDA

8) *Oferta Pública de Infraestructura. Conjunto de condiciones e información al que se obliga el Agente Económico Preponderante para la compartición de la infraestructura Pasiva.*

9) *Plataforma Tecnológica. Medio de transmisión a través del cual se ofrecen contenidos audiovisuales al público. Se entenderá como distintas plataformas tecnológicas las correspondientes a televisión radiodifundida, televisión restringida e Internet;*

10) *Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada. Servicio público de radiodifusión de televisión prestado mediante el otorgamiento de una concesión para el aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico atribuidas por el Estado a dicho servicio;*

11) *Uso Compartido de Infraestructura Pasiva. El uso por dos o más estaciones de televisión radiodifundida de su infraestructura Pasiva que resulta necesaria para la provisión de Servicios de Televisión Radiodifundida Concesionada.*

12) *Visita Técnica. La actividad conjunta por parte del Concesionario Solicitante y del Agente Económico Preponderante a fin de analizar y concretar in situ los elementos sobre los que efectivamente se podrá ejercer el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva;*

Los términos anteriormente definidos podrán utilizarse indistintamente en singular o plural, mayúsculas o minúsculas. Asimismo, los términos, estándares, formatos, interfaces y protocolos no definidos en el presente documento tendrán el significado establecido en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en las demás disposiciones aplicables, las recomendaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, o en su defecto, las recomendaciones emitidas por organismos internacionales reconocidos que resulten aplicables.”

Cabe destacar que se suprimieron las definiciones 9.1 y 9.2 para las Afiliadas Independientes correspondientes al Servicio de Coubicación y Emisión de señal respectivamente.

Manifestaciones de las Afiladas Independientes:

Respecto a la modificación de esta medida, no se presentaron manifestaciones por parte de las Afiliadas Independientes.

GTV-Televisa expuso lo siguiente en sus manifestaciones:

a) El eliminar la definición propuesta de concesionario solicitante va en contra de la razonabilidad de la imposición de las Medidas, ya que se está permitiendo el acceso a un concesionario público y social que no impacta en la competencia.

La propuesta de la modificación del concepto de concesionario solicitante va en contra de la finalidad de la imposición de Medidas al AEPR, al contemplar la solicitud y acceso a la infraestructura pasiva del AEPR de los concesionarios públicos y sociales.

La modificación a la Medida Segunda propuesta señala:

3) Concesionario Solicitante. Prestador del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada que solicita acceso y/o accede a la Infraestructura Pasiva del Agente Económico Preponderante, a fin de prestar este servicio. No se considerará como Concesionario Solicitante a cualquiera que, cuente con 12 MHz o más de espectro radioeléctrico en la localidad de que se trate;

Así es, la modificación medular de la definición de Concesionario Solicitante, es la eliminación de la concepción del prestador de servicio de televisión radiodifundida concesionada con fines comerciales, determinación que NO encuentra lógica con la finalidad de las Medidas en materia de preponderancia en el sector de radiodifusión, que es, evitar que el AEPR aproveche su posicionamiento en el sector para realizar acciones que dañen el proceso de competencia y libre concurrencia en la prestación de servicios de radiodifusión, con esto, permitiendo mejores condiciones de competencia en el sector.

Cabe señalarse que, la eliminación en cuestión constituye una adición de la Medida, al contemplar tácitamente a los concesionarios públicos y sociales.

Resulta oportuno señalar lo dispuesto por el artículo 76 de la LFTR, que en su parte de interés sostiene;

Artículo 76. De acuerdo con sus fines, las concesiones a que se refiere este capítulo serán:

- I. **Para uso comercial:** Confiere el derecho a personas físicas o morales para usar, aprovechar y explotar bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico de uso determinado y para la ocupación y explotación de recursos orbitales, con fines de lucro;*
- II. **Para uso público:** Confiere el derecho a los Poderes de la Unión, de los Estados, los órganos de Gobierno del Distrito Federal, los Municipios, los órganos constitucionales autónomos y las instituciones de educación superior de carácter público para proveer servicios de telecomunicaciones y radiodifusión para el cumplimiento de sus fines y atribuciones.*

Bajo este tipo de concesiones se incluyen a los concesionarios o permisionarios de servicios públicos, distintos a los de telecomunicaciones o de radiodifusión, cuando éstas sean necesarias para la operación y seguridad del servicio de que se trate.

En este tipo de concesiones no se podrán usar, aprovechar o explotar con fines de lucro, bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico de uso determinado o para la ocupación o explotación de recursos orbitales, de lo contrario deberán obtener una concesión para uso comercial:

- III. ***Para uso social:*** Confiere el derecho de usar y aprovechar bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico de uso determinado o recursos orbitales para prestar servicios de telecomunicaciones o radiodifusión **con propósitos culturales, científicos, educativos o a la comunidad, sin fines de lucro.** Quedan comprendidos en esta categoría los medios comunitarios e indígenas referidos en el artículo 67, fracción IV, así como las instituciones de educación superior de carácter privado.

(Énfasis añadido)

De conformidad con lo anterior, las concesiones para uso público y social tienen la prohibición expresa del uso, aprovechamiento o explotación con fines de lucro, lo que resulta de interés en el presente asunto.

En ese sentido, el propio Análisis en Materia de Competencia, distingue claramente el STR público y social del comercial, en su página 16, que en su parte de interés manifiesta:

El STR público y social no representan alternativas del STR comercial, pues:

- No comercializan espacios publicitarios.
- Su audiencia objetivo es distinta a la del STR comercial.

Por lo anterior, no se encuentra razonabilidad en eliminar la distinción de Concesionario con fines comerciales, y en consecuencia directa contemplar a los concesionarios de uso público y social, ya que el derecho reconocido a éstos últimos en las Medidas, no evitan afectaciones a la competencia y libre concurrencia, ya que la compartición de infraestructura pasiva del AEPR a éstos, no reduce o elimina barreras de entrada y la expansión de infraestructura para prestar servicios de radiodifusión, ya que su finalidad no es atraer audiencias, ni la publicidad necesaria para establecerse en el mercado.

En adición a lo anterior, dichos concesionarios pueden acceder a la compartición de infraestructura pasiva de diversos concesionarios mediante los Lineamientos Despliegue y Uso Compartido de Infraestructura.

En consecuencia, de ampliar el ámbito de aplicación del término “Concesionario Solicitante” para incluir concesionarios para uso público y social, el IFT incurriría en un desvío de poder, al alejarse de la finalidad para la cual se impusieron las medidas en materia de acceso a infraestructura pasiva del AEPR.

Teniendo presente la argumentación expuesta previamente en la identificación de la problemática, se propone dejar el texto tal y como se encuentra las Medidas vigentes y no llevar a cabo la modificación propuesta.

b) La modificación de la Medida pretende beneficiar a STR públicos y sociales, sin embargo, no son considerados para las mediciones de participación del AEPR en el sector de radiodifusión.

Como se mencionó en el apartado anterior, el sector de radiodifusión ha sufrido diversos cambios a partir de la Resolución de Preponderancia. Al respecto, es importante recordar que al determinarse la participación del AEPR en el sector de radiodifusión, se excluyó de éste el servicio de radio, dejando únicamente el de televisión.

En el mismo sentido, se determinó que el STR público y social no representan alternativas del STR comercial, pues (i) no comercializan espacios publicitarios y (ii) su audiencia objetivo es distinta a la del STR comercial.

No obstante lo anterior, al modificar el concepto de concesionario solicitante parece indicar que sí es una de las finalidades de ese Instituto incluir a dichos concesionarios dentro del sector de radiodifusión, ya que de lo contrario, no haría sentido alguno la modificación de la medida.

Derivado de lo anterior, es relevante y necesario que, con base en el propio criterio de ese Instituto, se evalúe nuevamente la participación del AEPR en el sector de radiodifusión, incluyendo todos los demás concesionarios que no son concesionarios de uso comercial a quienes se pretende beneficiar con la medida.

Pruebas ofrecidas

GTV-Televisa no ofreció prueba alguna en el procedimiento de la revisión bienal en radiodifusión relacionada con las medidas propuestas en los oficios de inicio, particularmente con implementación de la Medida Segunda; no obstante, de haber sido debidamente notificadas de los citados oficios.

Consideraciones del Instituto

Valoración de las pruebas

Como se mencionó en párrafos previos, GTV-Televisa no ofreció prueba alguna en el procedimiento de la revisión bienal en radiodifusión relacionada con la modificación al segundo párrafo de la Medida Segunda, por ende, no existe materia de análisis.

En relación con las manifestaciones transcritas previamente, el Instituto expone lo siguiente:

Con respecto a la manifestación de GTV-Televisa acerca de que el eliminar la definición propuesta de concesionario solicitante va en contra de la razonabilidad de la imposición de las Medidas, ya que se está permitiendo el acceso a un concesionario público y social que no impacta en la competencia, se considera importante precisar que el objetivo de las medidas, como se mencionó en la Resolución del AEPR¹⁰⁵, es evitar afectaciones a la competencia económica y la libre concurrencia y, consecuentemente, a los usuarios finales y a las audiencias, por lo que se consideró que para no limitar la definición a los prestadores del STR comercial, se debería incluir también a los prestadores del STR de frecuencias de uso público y social, toda vez que se tiene conocimiento que de las 31 frecuencias concesionadas en el año 2020, 14 frecuencias eran para uso público, 8 para uso social y 9 para uso comercial.

De los datos anteriores se desprende que, al dejar de limitar el acceso a infraestructura únicamente para los concesionarios que prestan el servicio de televisión radiodifundida con fines comerciales se lograría evitar un uso ineficiente de infraestructura mediante la duplicación de redes, reduce el tiempo de despliegue de infraestructura y asegurar que el AEPR ofrezca elementos de la red de manera desagregada, de esta forma se favorece al cumplimiento de los propósitos inicialmente buscados en las medidas originales.

No obstante, cabe resaltar que para la imposición de Medidas, la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRTV) vigente al momento de la emisión de la Resolución de Preponderancia, establecía una distinción en el uso de las concesiones para el servicio de televisión radiodifundida, toda vez que para el caso de las estaciones comerciales se requería concesión y, para el caso de estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establecieran entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios requerían permisos. Por otra parte, en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, como lo menciona GTV-Televisa, lo dispuesto por el artículo 76 de la LFTR, establece que las concesiones serán para uso comercial, para uso público, para uso privado y para uso social, por lo que las manifestaciones por parte de GTV resultan procedentes.

Respecto a la manifestación por parte de GTV-Televisa acerca de que la modificación de la medida pretende beneficiar a STR públicos y sociales, no son considerados para las mediciones de participación del AEPR en el sector de radiodifusión. Se hace la precisión que el objetivo de las medidas, como se mencionó anteriormente, es evitar afectaciones a la competencia y la libre concurrencia y, consecuentemente, a las audiencias. Sin embargo, se encontró razonable lo señalado por GTV-Televisa en relación con que no se incluya a los concesionarios del STR público y social, debido a que estos concesionarios no tienen

¹⁰⁵ Resolución del Agente Económico Preponderante, página 616

finés comerciales, por lo que las manifestaciones por parte de GTV-Televisa resultan procedentes.

Medida final

Debido a lo expuesto, se determina el texto de la medida conforme a lo siguiente:

SEGUNDA.- Sin perjuicio de las definiciones previstas en el artículo 3 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, para efectos de las presentes medidas, se entenderá por:

1) Agente Económico Preponderante. El agente económico que cuenta con una participación nacional mayor al cincuenta por ciento en el Sector de Radiodifusión, en términos de la fracción III del artículo Octavo Transitorio del Decreto, compuesto por las personas que se enlistan a continuación:

1. GRUPO TELEvisa. S.A. B.
2. CANALES DE TELEVISIÓN POPULARES, S.A. DE C.V.
3. RADIO TELEVISIÓN, S.A. DE C.V.
4. RADIOTELEVISORA DE MÉXICO NORTE, S.A. DE C.V.
5. T.V. DE LOS MOCHIS, S.A. DE C.V.
6. TELEIMAGEN DEL NOROESTE S.A. DE C.V.
7. TELEVIMEX, S.A. DE C.V.
8. TELEVISIÓN DE PUEBLA, S.A. DE C.V.
9. TELEVISORA DE MEXICALI, S.A. DE C.V.
10. TELEVISORA DE NA VOJOA, S.A.
11. TELEVISORA DE OCCIDENTE, S.A. DE C.V.
12. TELEVISORA PENINSULAR. S.A. DE C.V.
13. MARIO ENRIQUE MAYANS CONCHA
14. TELEVISIÓN LA PAZ, S.A.
15. TELEVISIÓN DE LA FRONTERA, S.A.
16. PEDRO LUIS FITZMAURICE MENESES
17. TELEMISIÓN, S.A. DE C.V.
18. COMUNICACIÓN DEL SURESTE, S.A. DE C.V.
19. JOSÉ DE JESÚS PARTIDA VILLANUEVA
20. HILDA GRACIELA RIVERA FLORES
21. ROBERTO CASI MIRO GONZÁLEZ TREVIÑO
22. TV DIEZ DURANGO, S.A. DE C.V.
23. TELEVISORA DE DURANGO, S.A. DE C.V.
24. CORPORACIÓN TAPATÍA DE TELEVISIÓN, S.A. DE C.V.
25. TELEVISIÓN DE MICHOACÁN, S.A. DE C.V.
26. JOSÉ HUMBERTO Y LOUCILLE MARTÍNEZ MORALES
27. CANAL 13 DE MICHOACÁN, S.A. DE C.V.
28. TELEVISORA XHBO, S.A. DE C.V.

- 29. TV OCHO, S.A. DE C.V.
- 30. TELEVISORA POTOSINA, S.A. DE C.V.
- 31. TV DE CULIACÁN, S.A. DE C.V.
- 32. TELEVISIÓN DEL PACÍFICO, S.A. DE C.V.
- 33. TELE-EMISORAS DEL SURESTE, S.A. DE C.V.
- 34. TELEVISIÓN DE TABASCO, S.A.
- 35. RAMONA ESPARZA GONZÁLEZ

Lo anterior, con excepción de aquellos agentes para los cuales el Pleno del Instituto haya determinado que dejaron de formar parte de aquel, por lo que ya no les resulta aplicable la regulación asimétrica.

2) Canal de Programación. Secuencia continua de programación de audio y video asociado cuyo contenido sea radiodifundido o coincida en más de un 50% con el radiodifundido entre las 6 y las 24 horas en el mismo día;

3) Concesionario Solicitante. Prestador del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada con fines comerciales que solicita acceso y/o accede a la Infraestructura Pasiva del Agente Económico Preponderante, a fin de prestar este servicio. No se considerará como Concesionario Solicitante a cualquiera que, a la entrada en vigor de las presentes medidas, cuente con 12 MHz o más de espectro radioeléctrico en la localidad de que se trate;

4) Contenidos Audiovisuales. Las obras de audio y video asociados producidas para su transmisión por estaciones de televisión radiodifundida, redes de telecomunicaciones y medios de comunicación en general. Los Contenidos Audiovisuales pueden constituirse en programas noticiosos, deportivos, documentales, culturales, películas, series, entre otros; y también en bibliotecas de programación de acceso bajo demanda o pago por evento, Canales de Programación, eventos programáticos individuales o series de eventos.

5) Contenidos Audiovisuales Relevantes. Aquellos Contenidos Audiovisuales que sean identificados por el Instituto, en función de su carácter no replicable y de su alto nivel esperado de audiencia regional o nacional, con base en los registros históricos de eventos similares. Entre estos se podrá incluir a la liguilla de los torneos de fútbol profesional nacional, las finales de los mundiales de fútbol de la Federación Internacional de Fútbol Asociación, los eventos deportivos de los Juegos Olímpicos de verano e invierno donde participen deportistas mexicanos, las ceremonias de inauguración y clausura de estos juegos, los juegos de las selecciones nacionales de fútbol y los "play offs" de la liga mexicana de béisbol del Pacífico.

6) SUPRIMIDA

7) SUPRIMIDA

8) Oferta Pública de Infraestructura. Conjunto de condiciones e información al que se obliga el Agente Económico Preponderante para la compartición de la infraestructura Pasiva.

9) Plataforma Tecnológica. Medio de transmisión a través del cual se ofrecen contenidos audiovisuales al público. Se entenderá como distintas plataformas tecnológicas las correspondientes a televisión radiodifundida, televisión restringida e Internet;

10) Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada. Servicio público de radiodifusión de televisión prestado mediante el otorgamiento de una concesión para el aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico atribuidas por el Estado a dicho servicio;

11) Uso Compartido de Infraestructura Pasiva. El uso por dos o más estaciones de televisión radiodifundida de su infraestructura Pasiva que resulta necesaria para la provisión de Servicios de Televisión Radiodifundida Concesionada.

12) Visita Técnica. La actividad conjunta por parte del Concesionario Solicitante y del Agente Económico Preponderante a fin de analizar y concretar in situ los elementos sobre los que efectivamente se podrá ejercer el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva;

Los términos anteriormente definidos podrán utilizarse indistintamente en singular o plural, mayúsculas o minúsculas. Asimismo, los términos, estándares, formatos, interfaces y protocolos no definidos en el presente documento tendrán el significado establecido en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en las demás disposiciones aplicables, las recomendaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, o en su defecto, las recomendaciones emitidas por organismos internacionales reconocidos que resulten aplicables.

Medidas relacionadas con la compartición de Infraestructura.

En el Oficio de Inicio de Procedimiento, se notificó a los integrantes del AEPR la modificación de la Medida Cuarta, el primer y tercer párrafos de la Medida Quinta, primer párrafo de la Medida Novena, la Medida Décima Tercera, la Medida Décima Séptima, asimismo se adiciono la Medida Cuarta Bis y el segundo párrafo de la Medida Quinta, por último, se suprimió el cuarto párrafo de la Medida Quinta, y la Medida Décima Sexta, para Grupo Televisa, mientras que a las Afiladas independientes se les notifica las modificación al

primer párrafo de la Medida Tercera, la Medida Cuarta, primero y segundo párrafos de la Medida Quinta, la Medida Sexta, primero y tercer párrafos de la Medida Séptima, primer párrafo de la Medida Novena, la Medida Décima Tercera, la Medida Décima Cuarta, Medida Décima Séptima, mientras que, al igual que a Grupo Televisa, se adicionó la Medida Cuarta Bis y el segundo párrafo de la Medida Quinta, finalmente, también se suprimieron el cuarto párrafo de la Medida Quinta y la Medida Décima Sexta, por lo que las medidas se notificaron en los siguientes términos:

“TERCERA. – El Agente Económico Preponderante deberá permitir a Concesionarios Solicitantes el acceso y uso de la Infraestructura Pasiva que posea bajo cualquier título legal.

Dicha infraestructura deberá estar disponible a los Concesionarios Solicitantes sobre bases no discriminatorias considerando las condiciones ofrecidas a sus propias operaciones. El Agente Económico Preponderante no deberá otorgar el uso o aprovechamiento de dichos bienes con derechos de exclusividad.

CUARTA. - El Agente Económico Preponderante deberá presentar para aprobación del Instituto, a más tardar el 30 de junio del año que corresponda, una propuesta de Oferta Pública de Infraestructura que deberá contener las condiciones y tarifas aplicables a la compartición de Infraestructura Pasiva necesaria para la prestación del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada, y deberá contener cuando menos lo siguiente:

- *Servicios mayoristas establecidos de manera específica, características y condiciones aplicables;*
- *Información sobre la localización exacta de las instalaciones de la Infraestructura Pasiva necesarias para la eficiente prestación del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada;*
- *Características técnicas de la Infraestructura a detalle.*
- *Procesos, procedimientos y plazos para la solicitud y entrega de los servicios, visitas técnicas, conciliación y facturación, reparación de fallas, mantenimiento y gestión de incidencias, y demás actividades necesarias para la eficiente prestación de los servicios mayoristas;*
- *Parámetros e indicadores de calidad de servicio;*
- *Tarifas de los servicios mayoristas, las cuales deberán estar desagregadas y podrán diferenciarse por zonas geográficas;*
- *Información que deberá reflejarse en el Sistema Electrónico de Gestión;*
- *Normativa técnica necesaria para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva;*

- *Penas convencionales aplicables y proporcionales al incumplimiento; Normas de seguridad para el acceso a las instalaciones;*
- *Modelo de convenio para la prestación del servicio de Uso Compartido de Infraestructura Pasiva;*

La propuesta que presente el Agente Económico Preponderante deberá reflejar, al menos, condiciones equivalentes a las de la Oferta de Referencia vigente.

La vigencia de la Oferta Pública de Infraestructura será de dos años calendario e iniciará el 1º de enero del año inmediato siguiente a aquel en que se exhiba para autorización la propuesta respectiva.

El Agente Económico Preponderante no podrá establecer condiciones que inhiban la competencia en la prestación de los servicios objeto de la oferta o cualquier otro requisito que no sea necesario para la eficiente prestación del servicio, ni:

- *Aplicar condiciones discriminatorias y/o abusivas en la prestación de los servicios, por lo, que deberán ofrecer los mismos términos y condiciones establecidos en la Oferta Pública de Infraestructura a cualquier Concesionario Solicitante que se lo requiera.*
- *Aplicar términos y condiciones distintos a los establecidos en la Oferta Pública de Infraestructura a sus propias operaciones, de las empresas que pertenezcan a su grupo de interés económico, o las que se encuentren bajo su control o influencia.*
- *Condicionar la provisión de los servicios a comprar, adquirir, vender o proporcionar otro bien o servicio adicional o diferente de aquel que se solicite*
- *Sujetar la provisión de los servicios a la condición de no adquirir, vender, comercializar o proporcionar los servicios proporcionados o comercializados por un tercero*
- *Sujetar la provisión de los servicios a la aceptación de condiciones adicionales o distintas a las establecidas en la Oferta Pública de Infraestructura.*

La propuesta de Oferta Pública de Infraestructura se someterá a consulta pública por un periodo de treinta días naturales.

El Instituto requerirá al Agente Económico Preponderante modificar los términos y condiciones de la propuesta de Oferta Pública de Infraestructura cuando no se ajuste a lo establecido en las presentes medidas o a su juicio no ofrezca condiciones que favorezcan la

competencia en el sector, a más tardar el 10 de septiembre del año de la presentación de dicha oferta.

El Agente Económico Preponderante deberá presentar nuevamente al Instituto la propuesta de Oferta Pública de Infraestructura, con las modificaciones solicitadas por el Instituto a más tardar el 15 de octubre del año de su presentación.

En caso de que la nueva propuesta de Oferta Pública de Infraestructura no se ajuste a lo establecido en las presentes medidas, el Instituto la modificará en sus términos y condiciones.

En caso de que el Agente Económico Preponderante no presente la propuesta de Oferta Pública de Infraestructura o su modificación en el plazo establecido, el Instituto emitirá las reglas conforme a las cuales deberá prestarse el Uso Compartido de Infraestructura pasiva.

El Agente Económico Preponderante publicará la Oferta Pública de Infraestructura autorizada por el Instituto a más tardar el 30 de noviembre del año de su presentación en su sitio de Internet, y deberá mantenerla en dicho sitio hasta la publicación de una nueva Oferta Pública de Infraestructura. El Instituto publicará la Oferta Pública de Infraestructura en su sitio de Internet.

Lo anterior con independencia de que el Agente Económico Preponderante y el Concesionario Solicitante puedan acordar la firma de convenios con términos y condiciones distintos a lo establecido en la Oferta Pública de Infraestructura, las cuales serán consideradas de carácter público en términos de la legislación aplicable.

CUARTA BIS. El Instituto determinará las tarifas aplicables al servicio de Uso Compartido de Infraestructura Pasiva con base en una metodología de costos incrementales promedio de largo plazo. Independientemente de las tarifas determinadas en la Oferta Pública de Infraestructura, las partes podrán negociar entre sí tarifas con términos y condiciones distintos a las establecidas, las cuales deberán ofrecerse en términos no discriminatorios.

Las tarifas negociadas entre las partes o determinadas por el Instituto serán consideradas de carácter público.

QUINTA - El Agente Económico Preponderante deberá suscribir un convenio, o su modificadorio, con cada Concesionario Solicitante para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva dentro de los 30 días naturales siguientes a la solicitud por escrito del Concesionario

Solicitante. Un ejemplar del convenio y/o de su modificadorio deberá remitirse al Instituto dentro de los diez días hábiles posteriores a su celebración para su inscripción en el Registro Público de Telecomunicaciones.

Adicionalmente, el Agente Económico Preponderante deberá notificar a los Concesionarios Solicitantes, a través del Sistema Electrónico de Gestión, dentro de un plazo de cinco días naturales posteriores a su suscripción, que ha firmado un nuevo convenio o su modificadorio, especificando de manera descriptiva los términos y condiciones que, en su caso, se actualicen respecto del modelo de convenio autorizado por el Instituto.

El Agente Económico Preponderante está obligado a otorgar en términos no discriminatorios, dentro de un plazo que no exceda de 30 días naturales, contados a partir de la fecha en que le sea notificada la solicitud de servicios por parte de un Concesionario Solicitante, el acceso inicial a la Infraestructura compartida.

Para la medición del cumplimiento de los plazos de entrega no se considerarán los retrasos atribuibles al Concesionario Solicitante, los retrasos debidos a que existen permisos pendientes de ser otorgados por parte de la autoridad competente, ni aquellos que deriven de caso fortuito o causa de fuerza mayor. En su caso, el Agente Económico Preponderante deberá ofrecer pruebas fehacientes al Concesionario Solicitante o al Instituto, que justifiquen las causas del retraso de que se trate.

SEXTA. - El Agente Económico Preponderante deberá proporcionar al Concesionario Solicitante toda la información que sea necesaria para la debida conciliación y facturación relativa al Uso Compartido de Infraestructura Pasiva, con el nivel suficiente de detalle y desagregación.

SÉPTIMA. - Cuando el Agente Económico Preponderante realice nueva obra civil, que requiera permisos de autoridades federales, estatales o municipales, deberá notificar, a los Concesionarios Solicitantes, previo al inicio de los trabajos respectivos, a través del Sistema Electrónico de Gestión, con la finalidad de que se pueda solicitar la instalación de su propia infraestructura en dicha obra civil.

El Concesionario Solicitante deberá cubrir al Agente Económico Preponderante los costos proporcionales que sean necesarios para

estos efectos, incluyendo el de la gestión administrativa de los proyectos.

Lo anterior sin perjuicio de que la Infraestructura instalada por el Agente Económico Preponderante sea materia del Uso Compartido de Infraestructura Pasiva, en términos de las presentes medidas.

NOVENA. - El Agente Económico Preponderante deberá poner a disposición del Instituto y de los Concesionarios Solicitantes, a través del Sistema Electrónico de Gestión, información relativa a sus Instalaciones, de conformidad con las características y nivel de detalle que establezca la Oferta Pública de Infraestructura. La Información deberá estar actualizada en el Sistema Electrónico de Gestión a más tardar el día 10 de cada mes calendario, con corte al último día del mes previo y deberá contener, al menos, lo siguiente:

- Información sobre la localización exacta de las instalaciones: sitios, torres, ductos, postes, registros, y los demás que sean necesarios para la eficiente prestación del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada, incluyendo planos con las rutas de los ductos.*
- Características técnicas de la Infraestructura a detalle.*
- Capacidad de la Infraestructura total, en uso y disponible a terceros.*
- Normas de seguridad para el acceso a las instalaciones.*

DÉCIMA TERCERA. - El Agente Económico Preponderante deberá permitir a los Concesionarios Solicitantes la Visita Técnica, en los términos y condiciones que el Instituto autorice en la Oferta Pública de Infraestructura.

DÉCIMA CUARTA. - En el caso de que una vez realizada una Visita Técnica se observe que el acceso a la Infraestructura del Agente Económico Preponderante es posible sólo mediante adecuaciones o la realización de trabajos adicionales para el acondicionamiento de la Infraestructura, el Agente Económico Preponderante deberá permitir al o los Concesionarios Solicitantes que los lleve a cabo o realizar dicho acondicionamiento a requerimiento del Concesionario Solicitante con cargo a éste. Las mejoras derivadas del acondicionamiento de la Infraestructura pasarán a formar parte de la propiedad del Agente Económico Preponderante, a menos que los concesionarios acuerden lo contrario.

DÉCIMA SEXTA. - SUPRIMIDA

DÉCIMA SÉPTIMA. - El Agente Económico Preponderante deberá atender las solicitudes para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva de la misma forma en que atiende las solicitudes para su propia operación, y para sus afiliadas, filiales, subsidiarias o empresas que pertenezcan al mismo grupo de interés económico.”

Manifestaciones de las Afiliadas Independientes:

Respecto a las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas referentes a la compartición de Infraestructura, no se presentaron manifestaciones por parte de las Afiliadas Independientes.

GTV-Televisa expuso lo siguiente en sus manifestaciones:

a) No se justifica la calificación de bajo impacto de las Medidas, y por ende tampoco se justifica una adición a las Medidas de compartición de infraestructura, por basarse en presunciones.

La conclusión del IFT se encuentra indebidamente justificada ya que no aporta elementos que sustente una modificación y la adición a las Medidas de compartición de infraestructura ya que se basa única y exclusivamente en presunciones de carácter teórico.

Ese Instituto señala que las Medidas relacionadas con la compartición de infraestructura tuvieron un impacto bajo respecto a los propósitos perseguidos, pues no contribuyeron significativamente a reducir las barreras a la entrada relacionadas con el despliegue de infraestructura pasiva, ya que el operador de la nueva cadena nacional del STR, Nombre de persona y otros concesionarios de nuevo ingreso a los mercados, no han suscrito contratos en términos de la Oferta Pública de Infraestructura (“OPI”).

Ciertamente, el Análisis en Materia de Competencia reconoce expresamente que el AEPR no ha recibido solicitudes de prestación de servicios de compartición de infraestructura y no se celebraron convenios para dicho fin en términos de la OPI, por lo cual determinó un impacto bajo.

En consecuencia de lo anterior, los Oficios señalan que si bien no se han realizado solicitudes para el servicio de Compartición de Infraestructura Pasiva y, por lo tanto no se ha firmado algún acuerdo de infraestructura, sí han existido acercamientos con el AEPR para preguntar acerca del servicio de compartición de infraestructura, además señaló que las Medidas relacionadas con la compartición de infraestructura permiten al Instituto reunir pruebas para vigilar que el AEPR no incurra en prácticas anticompetitivas en la compartición de la infraestructura pasiva.

Resulta oportuno señalar que, en términos de la medida Trigésima vigente, el Instituto tiene la facultad de realizar una evaluación del impacto de éstas en términos de competencia cada dos años, con la finalidad de suprimir o modificarlas, en su caso adicionarlas.

En el presente caso, si bien que ese Instituto determina un impacto bajo de las medidas en materia de compartición de infraestructura, lo cierto es que éste de forma tácita también reconoce la no idoneidad de las mismas respecto de los intereses y necesidades de los concesionarios entrantes, señalando que no existe ninguna solicitud de compartición que hubiere derivado en la firma de un convenio, por falta de interés de los concesionarios solicitantes por cuestiones atribuibles a decisiones de éstos, primordialmente -de acuerdo con los documentos que sustentan los Oficios-, incompatibilidades técnicas que escapan por completo del AEPR.

Contrario a lo sostenido por el IFT, y de la información recabada en el presente procedimiento, se concluye que la falta de solicitudes y firmas de contratos de compartición de infraestructura deriva de que la medida de compartición de infraestructura no es considerada como el elemento idóneo por los otros concesionarios para aprovechar la infraestructura del AEPR.

En efecto, el propio Instituto reconoce y exalta que la oferta de la infraestructura pasiva del AEPR no es funcional o atractiva para los concesionarios solicitantes para ampliar su cobertura. Es decir, la oferta de compartición de infraestructura pasiva del AEPR no resulta el medio idóneo para que otros concesionarios puedan hacer uso de la infraestructura pasiva y en consecuencia cumpla con los objetivos que se plantearon en la Resolución de Preponderancia.

Así es, el IFT no señala ninguna conclusión objetiva que justifique la necesidad de modificar (adicionar) las Medidas actuales del AEPR en materia de Compartición de Infraestructura, así como tampoco los términos en que éstas deban realizarse, ya que sus afirmaciones son producto de la interpretación subjetiva, así como de especulaciones.

Al respecto, todo acto de autoridad debe de estar debidamente fundado y motivado, es decir, en primer término tenemos que por legalidad debemos entender aquella obligación que todo acto de autoridad debe darse o realizarse conforme al texto expreso de la ley, a su espíritu o a su interpretación jurídica; lo anterior a efecto de que el gobernado, en este caso mis representadas, cuenten con los elementos necesarios para estar en posibilidad de realizar la debida defensa de sus derechos, ya sea ante la propia autoridad administrativa de donde emana el acto o bien ante la autoridad judicial por medio de aquellas acciones que las leyes respectivas establezcan; en otras palabras tenemos que la garantía de legalidad consiste en que el acto de autoridad se encuentre debidamente fundado y motivado, a fin de otorgar al gobernado la posibilidad de conocer y, en su caso, cuestionar dichos fundamentos si no fueran correctos, o bien, no fueran acordes con la motivación citada, lo anterior tiene apoyo en el criterio sustentado por nuestros máximos órganos de impartición de justicia que a la letra señala:

"Época: Octava Época Registro: 217539 Instancia: CUARTO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO Tipo Tesis: Tesis Aislada Fuente: Semanario Judicial de la Federación Localización: Tomo XI, Enero de 1993 Materia(s): Común Tesis: Pág. 263 GARANTÍA DE LEGALIDAD. QUE DEBE ENTENDERSE POR. Constitución Federal, entre las garantías que consagra en favor del gobernado, incluye la de legalidad, la que debe entenderse como la satisfacción que todo acto de autoridad ha de realizarse conforme al texto expreso de la ley, a su espíritu o interpretación jurídica; esta garantía forma parte de la genérica de seguridad jurídica que tiene como finalidad que, al gobernado se proporcionen los elementos necesarios para que esté en aptitud de defender sus derechos, bien ante la propia autoridad administrativa a través de los recursos, bien ante la autoridad judicial por medio de las acciones que las leyes respectivas establezcan; así, para satisfacer el principio de seguridad jurídica la Constitución establece las garantías de audiencia, de fundamentación y motivación, las formalidades del acto autoritario, y las de legalidad. CUARTO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO Amparo directo 734/92. Tiendas de Conveniencia, S. A. 20 de agosto de 1992. Unanimidad de votos. Ponente: Hilario Bárcenas Chávez. Secretaria: Elsa Fernández Martínez."

Efectivamente, para que un acto de autoridad sea legal, debe realizarse conforme al texto de la ley que lo regula, aunado al hecho de que todo acto de molestia debe también estar motivado, para lo cual no basta una mera presunción, sino basarse en hechos probados, ya que de lo contrario se estaría violando el derecho humano de seguridad jurídica de mis representadas.

Para llegar a la conclusión de que ese Instituto señala en los Oficios, debió haberse allegado de medios de prueba tales como periciales, visitas de inspección a los sitios, evaluaciones técnicas, por ejemplo, y no sólo limitarse a basarse en presunciones, lo cual resulta ilegal.

Se insiste, la premisa mayor en la que ese Instituto basa su conclusión es una falacia. El hecho de que al día de hoy no se tengan solicitudes y en consecuencia celebrados convenios algunos del servicio de compartición de infraestructura pasiva, no implica que las Medidas existentes sean ineficaces o insuficientes, ya que existen un sinnúmero de circunstancias adicionales que no fueron contempladas por ese Instituto, todas ellas no atribuibles a mis representadas, como por ejemplo que los pocos clientes potenciales que pueden tener mis representadas no estén interesados en solicitar el servicio de compartición de infraestructura pasiva que ofrecen mis representadas o que tienen acceso a una mejor ubicación que la del AEPR, o que cuentan con infraestructura propia.

Otra alternativa es que los competidores pueden también no estar interesados en invertir ante el crecimiento de otras plataformas como OTTs en tanto que la STR no crece. Ese

Instituto debería plantearse si la carencia de crecimiento, y la pérdida de participación en el mercado audiovisual se puede deber a la existencia de un marco sobre-regulado que está generando que el sector en general sea poco competitivo.

A diferencia de lo que ocurre en el sector de telecomunicaciones, en donde la infraestructura pasiva se encuentra concentrada en el Agente Económico Preponderante en Telecomunicaciones, en el caso del sector de radiodifusión, además de la oferta del servicio de compartición de infraestructura pasiva de mis representadas, existe disponible infraestructura pasiva de otros radiodifusores, incluyendo permisionarios del Estado, contando a la fecha con una demanda muy limitada y un solo cliente potencial. Lo anterior debió haber sido considerado por ese Instituto en su análisis previo a imponer obligaciones gravosas a mis representadas, particularmente cuando las propuestas de modificaciones se intentan justificar en simples narrativas.

Resultan injustificadas las adiciones y modificaciones de las Medidas en cuestión, ya que se insiste que el propio Instituto señala que no existen solicitudes de compartición, así como que las razones por las que no han existido son por una decisión atribuible a los concesionarios solicitantes. Bajo ese escenario, no se encuentra lógica en: (i) determinar que las Medidas actuales han tenido un impacto bajo y, (ii) modificar dichas medidas, sobre regulando al AEPR, sin encontrar una motivación y/o justificación en términos de la medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia y mucho menos conforme los parámetros establecidos en el artículo 266 de la LFTR, a los que ya se ha hecho referencia en apartados anteriores.

Ciertamente, las circunstancias de hecho se traducen en que no hay demanda para los servicios ofrecidos por la OPI, dado que las concesionarias del sector de radiodifusión deciden ubicarse en emplazamientos diferentes a los que ofrece el AEPR por diversas consideraciones, entre las cuales, son técnicas (zonas de cobertura y patrones de radiación autorizados) y/o de operación.

Bajo ese escenario, la efectividad de la medida no se da por una deficiencia, vicio y/o incumplimiento de ésta, sino porque la misma no resulta idónea para las necesidades de los concesionarios entrantes. Lo anterior, se corrobora, con el hecho que, tal y como lo señala el propio Instituto, las licitaciones han permitido la entrada de nuevos competidores nacionales y regionales que, hasta el momento, teniendo la oferta de compartición de infraestructura pasiva del AEPR a su alcance, no han solicitado el servicio.

Tanto lo expuesto en el presente inciso, como lo que reconoce el propio Instituto, se demuestra que en el mercado existen alternativas para satisfacer las demandas relacionadas con la compartición de infraestructura, así como que dicho elemento no ha sido decisivo para la entrada y despliegue de la infraestructura de los nuevos operadores, por lo cual no encuentra sustento lo sostenido por el órgano regulador para adicionar y elevar la carga regulatoria del AEPR.

El error en el que incurre el Instituto al calificar con impacto nulo a las Medidas en materia de compartición de infraestructura pasiva fue evidenciado en el estudio realizado por la Segunda Sala de la SCJN, en la sentencia dictada en el expediente 751/2018, de fecha 21 de noviembre de 2019, que en su parte de interés señaló:

“Asimismo, como previamente se había hecho mención, debe tenerse presente que no se justificó la imposición de las medidas adicionales, porque el Instituto Federal de Telecomunicaciones no acreditó que las ya impuestas fueron insuficientes e ineficaces, máxime si como quedó en evidencia, el Agente Económico Preponderante no recibió solicitudes para la compartición de infraestructura pasiva, en otras palabras, el hecho de que las concesionarias no hayan accedido a la infraestructura pasiva de la ahora recurrente, no refleja un nulo impacto de la imposición de la prestación correspondiente a la medida en comento respecto a la finalidad de facilitar el aumento de la zona de cobertura de los concesionarios regionales a través de la infraestructura del Agente Económico Preponderante; por consiguiente, no tiene sustento alguno la imposición de la medida de servicio de emisión de señal, porque dependía de que el diverso de coubicación (infraestructura pasiva), fuera insuficiente.”

Así es, el razonamiento del impacto de las Medidas en materia de compartición de infraestructura, de nueva cuenta utilizado por el Instituto -en violación a la autoridad de la cosa juzgada refleja, en los términos previamente apuntados en el presente escrito-, ya fue estudiado y refutado por la autoridad judicial, lo que corrobora que el Instituto no acreditó que las Medidas ya Impuestas fueron insuficientes e ineficaces. En efecto, la autoridad judicial no pierde de vista la situación que el AEPR no recibió solicitudes para la compartición de infraestructura pasiva, y que dicha situación, no refleja un nulo impacto de la medida Impuesta.

En relación con el argumento utilizado por el Instituto respecto de que los nuevos concesionarios aun necesitan desplegar la infraestructura o establecer convenios de compartición con otros proveedores, el propio IFT da la razón que las dificultades para la instalación e implementación de las estaciones son cuestiones ajenas a la efectividad de la oferta pública del AEPR, como, ubicación idónea, convenios con los dueños de los predios, permisos de operación y de desarrollo urbano, entre otros.

La conclusión del análisis del impacto de la Medida únicamente afirma lisa y llanamente que el AEPR mantiene un mayor poder de negociación frente a terceros, sin embargo, claramente los actos administrativos del IFT reconocen que no ha existido voluntad de los concesionarios solicitantes de requerir los servicios en materia de compartición de infraestructura pasiva al AEPR.

En ese sentido, de conformidad con lo establecido en la medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia, ese Instituto tenía los elementos suficientes para suprimir la medida, o en un escenario más conservador, mantenerla en los términos en la que se ha venido cumplimentando, pero resulta excesivo imponer más obligaciones, aun y cuando se ha demostrado que la medida no resulta idónea para los fines perseguidos.

Se hace notar a ese Instituto que, contrario a lo que manifiesta, mis representadas no han impedido de forma alguna brindar el servicio de compartición de infraestructura pasiva, lo anterior es verificable con la OPI disponible en el sitio de internet <https://www.televisa.com/opi/> en la que se detallan los servicios disponibles y procedimientos necesarios para poder celebrar un convenio con los servicios que el concesionario solicitante necesite.

Por lo tanto, se hace notar que en las consultas públicas respectivas no ha habido ningún concesionario que exprese alguna queja sobre las OPI, lo que acredita que no existe el interés por parte de los concesionarios solicitantes y, por ende, no hay una conducta u omisión imputable al AEPR.

Adicionalmente, es necesario resaltar a ese Instituto que el análisis a partir del cual se propone modificar y adicionar las medidas regulatorias impuestas al AEPR en materia de compartición de infraestructura, pasa completamente por alto que, en la especie, existe una norma general emitida por ese mismo Instituto que imponen una obligación general de compartición de infraestructura pasiva entre concesionarios en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, a saber, los Lineamientos Despliegue y Uso Compartido de Infraestructura. **Por tanto, el IFT debió necesariamente de analizar los efectos y consecuencias de dicha regulación en el sector, a fin de tener una noción real de cómo han operado los convenios de compartición de infraestructura en general en el sector de la radiodifusión en los últimos 2 años.**

En efecto, los Lineamientos Despliegue y Uso Compartido de Infraestructura reglamentan el artículo 139 de LFTR, imponiendo a los titulares de infraestructura pasiva la obligación de permitir el acceso y uso compartido de su infraestructura a los concesionarios que así lo soliciten, cuando se acrediten los elementos previstos en su artículo 5.

Así, es inconcuso que para poder determinar si las Medidas actuales en compartición de infraestructura del AEPR son eficientes o no, era indispensable que el IFT analizara no sólo si el AEPR ha celebrado convenios de compartición de infraestructura con otros concesionario (lo cual, se insiste, no constituye evidencia suficiente del impacto nulo de las Medidas), sino también, si el resto de los titulares de infraestructura pasiva han celebrado convenios de compartición de infraestructura o si, por el contrario, la constante en el sector ha sido que los concesionarios desarrollen su propia infraestructura.

Como se observa, esta omisión no constituye una cuestión menor pues, por el contrario, demuestra que el análisis que sirve de sustento a la propuesta de medidas de los Oficios

es incompleto y, por ende, que la motivación de las modificaciones y adiciones propuestas en los Oficios en esta materia es insuficiente y, por ende, ilegal.

Por último, y partiendo de lo todo lo que se ha expuesto hasta este momento, es claro que las modificaciones y adiciones a las medidas regulatorias del AEPR en compartición de infraestructura que se proponen en los Oficios, carecen en efecto de una debida motivación, en virtud de que ese Instituto pretende imponer a mis representadas cargas desproporcionales e irracionales derivadas del comportamiento de terceros ajenos al AEPR.

Efectivamente, el IFT pretende ampliar las medidas a las que se encuentra sujeto actualmente el AEPR por el simple hecho de que los eventuales concesionarios solicitantes no han considerado oportuno para su negocio utilizar su infraestructura; lo cual es simplemente contrario a los principios de razonabilidad y de proporcionalidad previstos en los artículos 14 y 16 constitucionales¹⁰⁶.

Máxime, cuando la falta de convenios de compartición de infraestructura no ha impedido que nuevos concesionarios ingresen al mercado, tal como se reconoce en el propio Análisis de la UCE.

Por lo anterior queda acreditada la ilegalidad de la propuesta de modificación de Medidas para el acceso y compartición de infraestructura pasiva al imponer una carga adicional a mis representadas sin fundar y motivar su pertinencia y aplicabilidad.

b) Las Medidas de compartición de infraestructura deben ser eliminadas por su falta de efectividad imputable al mercado.

El cambio tecnológico, de pasar de analógico a digital, ha sido determinante para el desarrollo de la competencia, tal y como lo ha reconocido el propio Instituto, tanto en el Análisis en Materia de Competencia, como en los Oficios.

La competencia incrementó su participación tanto en el número de canales de transmisión como en el número de canales de programación. Considerando también las licitaciones IFT-1 e IFT-6, eso también se tradujo en una caída en los niveles de concentración IHH.

De igual manera, el número de proveedores del STR comercial incrementó en términos de cobertura municipal y cobertura poblacional.

El IFT concluye erróneamente que las Medidas de compartición de infraestructura tuvieron un impacto bajo y que por lo tanto se tienen que modificar. Esas Medidas tuvieron un efecto muy limitado, no por el hecho de que las Medidas estuvieron mal formuladas, sino entre

¹⁰⁶ Al efecto, resulta aplicable *mutatis mutandis*, entre otras, la tesis número 2a. LXIV/2017 (10ª) de rubro DECLARACIONES INFORMATIVAS DE PARTES RELACIONADAS, EL ARTICULO 76-A DE LA LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA, VIGENTE A PARTIR DEL 1 DE ENERO DE 2016, NO VIOLA LOS PRINCIPIOS DE RAZONABILIDAD Y PROPORCIONALIDAD JURIDICA)

otros, por que el cambio tecnológico ha sido el principal catalizador de una mayor competencia en el mercado, así como por las necesidades reales de otros concesionarios.

Derivado de lo anterior y ante la falta de necesidad de las Medidas, lo cual se demuestra con la misma falta de idoneidad de estas para satisfacer los objetivos propuestos por la Resolución de Preponderancia, es que se solicita que éstas sean eliminadas por no estar actualizadas a las necesidades del mercado, o en su defecto, se mantengan en los términos actuales.

Se insiste, de conformidad con lo establecido en la medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia, el IFT tiene la facultad reglada de evaluar el impacto de las Medidas, y en su caso modificarlas, adicionarlas o suprimirlas. Por lo que, en el presente caso, resulta evidente que las Medidas no son idóneas para satisfacer las necesidades de los concesionarios entrantes, razón por la cual el Instituto cuenta con los elementos necesarios para suprimirlas y no así sobre-regular al AEPR, actuación que contraviene la rectoría en materia de competencia económica.

Ciertamente, es evidente que la medida de compartición de infraestructura durante toda su vigencia no ha resultado necesaria para reducir o eliminar barreras a la entrada y la expansión de participantes distintos a la AEPR (sic), ya que aun existiendo la oferta de la infraestructura pasiva por parte de AEPR, no es requerida por los diversos concesionarios.

Tal y como se ha expuesto, el IFT no presenta ningún tipo de información fáctica que sustente las modificaciones en la presente medida, ni tampoco presenta ningún hecho que corrobore y/o respalde sus conclusiones y, por ende, los efectos y/o perjuicios que podrían desencadenarse en el sector como consecuencia de estas modificaciones.

Por último, vale la pena mencionar que el AEPR siempre ha estado dispuesto a cumplir con su obligación regulatoria y cuenta con la disponibilidad necesaria de infraestructura pasiva en sus sitios para que los concesionarios solicitantes la usen y de esta manera se logre una mejor competencia en el sector; sin embargo, se estima que modificar la medida no traerá ningún beneficio a la competencia y a la libre concurrencia, y por el contrario, afectará a los posibles concesionarios solicitantes interesados.

Teniendo presente la argumentación expuesta previamente en la identificación de la problemática, se acredita que no se justifica modificar el texto de la Medida y en consecuencia debe de permanecer como se encuentra en las Medidas.

c) Las Tarifas deberán limitarse a que éstas se puedan acordar entre las partes y únicamente en caso de desacuerdo aplicar tarifas con base a una metodología de costos incrementales promedio a largo plazo. El lenguaje propuesto es contradictorio y no refleja la intención.

Suponiendo sin conceder que ese Instituto determine como procedente la adición de la Medida Cuarta Bis, aun y cuando no existe la facultad del IFT de adicionar las Medidas

ante la falta de idoneidad de éstas para cumplir con las necesidades de los concesionarios entrantes, se expone el siguiente apartado.

Resulta procedente aclarar que, la preminencia para la determinación de las tarifas aplicables para el servicio de compartición de infraestructura pasiva es la voluntad de las partes y en caso de desacuerdo, se podrá acudir al Instituto para la determinación de las mismas con base en la metodología que corresponda.

La propuesta de las modificaciones, en su parte conducente, exponen:

CUARTA BIS. *El Instituto determinará las tarifas aplicables al servicio de Uso Compartido de Infraestructura Pasiva con base en una metodología de costos incrementales promedio de largo plazo. Independientemente de las tarifas determinadas en la Oferta Pública de Infraestructura, las partes podrán negociar entre sí las tarifas con términos y condiciones distintos a las establecidas, las cuales deberán ofrecerse en términos no discriminatorios.*

Las tarifas negociadas entre las partes o determinadas por el Instituto serán consideradas de carácter público.

La Medida como está redactada se presta a la confusión y crea cargas administrativas injustificadas ya que la determinación de las tarifas a través de una metodología de costos solo procede cuando no hay acuerdo entre las partes, por lo cual se sugiere redactarla de la siguiente forma:

CUARTA BIS. *Las partes podrán negociar entre sí libremente los términos, condiciones y tarifas aplicables al servicio de Uso Compartido de Infraestructura Pasiva, las cuales deberán ofrecerse por el AEPR en términos no discriminatorios a cualquier otro concesionario solicitante. El Instituto determinará las tarifas con base en una metodología de costos incrementales promedio de largo plazo en caso de desacuerdo entre las partes.*

La redacción de la Medida en los términos propuestos, no otorgan la certeza en la determinación de las tarifas de los servicios de compartición de infraestructura pasiva. Por lo que, se solicita a ese Instituto se redacte la Medida en la que se considere que la determinación de la tarifa correspondiente a los servicios de compartición de infraestructura será por la voluntad de las partes, y ante desacuerdo se podrá acudir al Instituto para la determinación de ésta.

Lo anterior es así, ya que la imposición de tarifas por parte del Instituto es una medida altamente gravosa para el AEPR que incluso podría tener efectos contrarios a los buscados, entre ellos, la desinversión en el mercado, por lo que se debe contemplar en todos los casos la intervención del AEPR en la determinación de las tarifas.

Atendiendo a lo expuesto anteriormente, IFT fue omiso en cumplir lo dispuesto por el artículo 266 fracción XXIV de la LFTR y la medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia, establece que solo se pueden imponer Medidas adicionales en casos excepcionales y solo cuando dicha adición sea justificada de manera razonable a través del dictamen correspondiente con la finalidad de evitar afectaciones a la competencia y libre concurrencia, cuestión que no aconteció en la especie, ya que no hay motivación alguna para hacer la propuesta de modificaciones.

d) Respetto del SEG:

d.1 Es desproporcionada la carga administrativa que implicaría la actualización del SEG a más tardar el día 10 de cada mes calendario.

Se hace notar a ese Instituto que la modificación de la medida Novena de la Resolución de Preponderancia, resulta desproporcionada para mis representadas, toda vez la cantidad de trabajo y esfuerzos que representa su implementación no guarda simetría con la nula demanda por los servicios que a través de ella se ofrecen. A diferencia del sector de telecomunicaciones, donde dicha medida resulta justificable, en el caso del sector de radiodifusión, la misma es innecesaria.

Pruebas

Para sustentar sus manifestaciones GTV-Televisa presentó las siguientes pruebas:

Pericial en Radiodifusión y Telecomunicaciones consistente en el dictamen rendido por Nombre de persona física perito en Radiodifusión y Telecomunicaciones, designado por GTV-Televisa en el Escrito de Manifestaciones.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona: La presente probanza se relaciona con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, (VII) Medidas relacionadas con la compartición de infraestructura; y (IX) **Medida relacionada con la oferta de canales de programación.**

Objeto de la prueba: acreditar el procedimiento que se lleva a cabo para la distribución de canales de programación a concesionarios de radiodifusión y concesionarios de televisión restringida, así como las características y capacidad satelital necesarios para ello.

Consideraciones del Instituto

Análisis en Materia de Competencia:

El Análisis en Materia de Competencia señala que en la Resolución de Preponderancia el Instituto estableció medidas al Agente Económico preponderantes con el fin de evitar que el AEPR niegue u obstaculice el acceso y aprovechamiento eficiente de su Infraestructura Pasiva, además de prevenir la ineficiencia económica y social que implica duplicar o triplicar la Infraestructura Pasiva para la transmisión de señales del STR y reducir el tiempo de despliegue de las cadenas del STR de cobertura nacional.

Pues se identificó que la infraestructura pasiva puede considerarse como un recurso no fácilmente replicable para la provisión del servicio de televisión radiodifundida a nivel nacional y resulta ineficiente desde el punto de vista económico y social que los competidores tengan que duplicar o triplicar la infraestructura pasiva existente¹⁰⁷, lo cual representa una barrera de entrada para nuevos competidores.

Asimismo, en la Resolución de Preponderancia se estableció que:

- Para que un entrante pueda competir de manera eficaz en la prestación del STR, es necesario que tenga la mayor cobertura y presencia posible, dado que sus ingresos dependen de la venta de espacios de publicidad en sus señales, cuyas tarifas están en función del alcance que tenga una señal en particular en un horario determinado. En la medida que un entrante tenga mayor alcance, podrá competir de una manera más eficiente en el mercado.
- Los operadores deben realizar inversiones significativas para la adquisición de los elementos necesarios que les permitan desplegar una red de televisión destinada a transmitir su señal. Esta inversión representa una importante barrera de entrada, en virtud de que es cuantiosa y la infraestructura no tiene usos alternativos.
- Las barreras a la entrada no son únicamente económicas, sino también técnicas y reglamentarias, pues:
 - El desarrollo de la obra civil enfrenta obstáculos legales y reglamentarios para obtener las autorizaciones necesarias. La obtención de los permisos respectivos tales como derechos de vía implican incertidumbre en cuanto al tiempo y condiciones en los que se realizará el despliegue de dicha infraestructura, y, por lo tanto, afectan la capacidad para tender la Infraestructura Pasiva de los competidores.
 - Los terrenos físicos para la construcción de las estaciones que permitan transmitir las señales con calidad y sin interferencias son recursos escasos sin los cuales no existe la posibilidad de que un nuevo

¹⁰⁷ Resolución de Preponderancia, página 616.

participante en el mercado compita de manera equitativa con los agentes establecidos. En algunas localidades, son pocos los puntos geográficos que permitirían que los televidentes reciban las señales con buena calidad y estos puntos están controlados por los agentes establecidos, sin que exista una oportunidad real o al menos que se pueda materializar en el corto o mediano plazo.

- Resulta ineficiente desde el punto de vista económico que los competidores tengan que duplicar o triplicar la Infraestructura Pasiva existente.

Con el fin de cumplir con los objetivos planteados fue que se implementaron las medidas de compartición de infraestructura en la Resolución de Preponderancia, de acuerdo con el Análisis en materia de Competencia.

Asimismo, el Análisis en Materia de Competencia señala que, en la Resolución Bienal 2017, el Instituto identificó que la publicación de una OPI no había resultado en la firma de convenios para la prestación de servicios de compartición de Infraestructura Pasiva del AEPR, por lo que se estableció: 1) la provisión del Servicio de Emisión de Señal por parte del AEPR como servicio complementario a la compartición de Infraestructura Pasiva (ahora llamada Servicio de Coubicación), con la finalidad de ofrecer una alternativa a los concesionarios solicitantes para acceder a la Infraestructura Pasiva del AEPR¹⁰⁸; 2) que las tarifas de los servicios regulados formen parte de la OPI¹⁰⁹ y, 3) que se permitiera el acceso a infraestructura del AEPR a concesionarios que prestan el STR con fines distintos al comercial.¹¹⁰ Estas obligaciones fueron establecidas para todos los integrantes del AEPR, sin embargo están vigentes solo para las Afiliadas Independientes, en las cuales se estableció que la habilitación del servicio de emisión de señal como alternativa cuando no exista capacidad disponible para prestar el Servicio de Coubicación garantizaría la efectividad de la compartición de infraestructura, fomentaría la entrada de nuevos competidores al sector de radiodifusión e implicaría que la prestación del STR se realice de manera más eficiente, pues la entrada de nuevos Concesionarios del STR o la expansión a otras zonas de los actuales concesionarios resultaría más atractiva, al eliminar una barrera a la entrada o a la expansión.

Respecto a la implementación de las medidas de compartición de Infraestructura la UCE emitió un Análisis en Materia de Competencia para el periodo comprendido entre marzo de 2017 y diciembre de 2021, en el cual se reflejó lo siguiente:

¹⁰⁸ Resolución Bienal en Radiodifusión, página 196.

¹⁰⁹ Resolución Bienal en Radiodifusión, página 130.

¹¹⁰ Resolución Bienal en Radiodifusión, página 98.

Para **Grupo Televisa** se observó que:

- **Mantuvo en operación el SEG** referido en las medidas Séptima, Novena y Décima de la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión entre el 1T 2017 y el 4T 2021,
- Entre el 1T 2017 y el 4T 2021, **publicó la OPI en su sitio de internet**. Al 4T 2021, la OPI 2022-2023 se encontraba publicada en dicho sitio¹¹¹.
- **No recibió solicitudes de prestación de servicios de compartición de Infraestructura y no se celebraron** convenios para la compartición de infraestructura de Grupo Televisa en términos de la OPI¹¹², entre el 1T 2017 y el 4T 2021.

Mientras, los resultados obtenidos para **las Afiliadas Independientes** reflejados en el Análisis en Materia de Competencia fueron los siguientes:

- Entre el 1T 2017 y el 4T 2021, **las Afiliadas Independientes mayoritariamente cumplieron con tener disponible el SEG en su sitio web**, como se observa en la siguiente tabla.

Tabla 6. Disponibilidad del SEG (Afiliadas Independientes)

INTEGRANTE	2021				2020				2019				2018				2017			
	4 T	3 T	2 T	1 T	4 T	3 T	2 T	1 T	4 T	3 T	2 T	1 T	4 T	3 T	2 T	1 T	4 T	3 T	2 T	1 T
CANAL 13 DE MICHOACÁN, S.A. DE C.V. / TELSUSA ¹	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
CORPORACIÓN TAPATÍA DE TELEVISIÓN, S.A. DE C.V. ²	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	N	D	D	D	D	D
HILDA GRACIELA RIVERA FLORES	S N	S N	S N	S N	N	N	S N	D	D	D	D	D	D	D	D	N	D	N	D	D
COMUNICACIÓN DEL SURESTE, S.A. DE C.V. ³	S O	S O	S O	S O	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
TELE-EMISORAS DEL SURESTE, S.A. DE C.V. ⁴	S O	S O	S O	S O	S O	S O	S O	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
JOSÉ DE JESÚS PARTIDA VILLANUEVA	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N	D	D	D
JOSÉ HUMBERTO Y LOUCILLE,	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D

¹¹¹ Disponible en: <https://www.televisa.com/opi>

¹¹² Información de los ITC 1T 2017 al 4T 2020. Los ITC 1T 2020, 2T 2020 y 3T 2020 no contienen información para Grupo Televisa, no obstante, el IC de Grupo Televisa (2020-2021) señala que "no se solicitó la suscripción de convenios de Compartición de Infraestructura Pasiva".

INTEGRANTE	2021				2020				2019				2018				2017			
	4 T	3 T	2 T	1 T	4 T	3 T	2 T	1 T	4 T	3 T	2 T	1 T	4 T	3 T	2 T	1 T	4 T	3 T	2 T	1 T
MARTÍNEZ MORALES																				
MARIO ENRIQUE MAYANS CONCHA	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	N	D	N	D	D	D
RAMONA ESPARZA GONZÁLEZ	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
ROBERTO CASIMIRO GONZÁLEZ TREVIÑO	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	N	D	N	D	D
PEDRO LUIS FITZMAURICE MENESES	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
TELEMISIÓN, S.A. DE C.V.	D	D	D	D	N	N	D	N	D	D	D	D	D	D	D	D	N	D	D	D
TELEVISIÓN DE LA FRONTERA, S.A.	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
TELEVISIÓN DE MICHOACÁN, S.A. DE C.V.	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
TELEVISIÓN DE TABASCO, S.A.	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
TV DE CULIACÁN, S.A. DE C.V. ⁵	S O	S O	S O	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
TELEVISIÓN DEL PACÍFICO, S.A. DE C.V. ⁶	S O	S O	S O	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
TELEVISORA DE DURANGO, S.A. DE C.V. ⁷	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
TELEVISORA POTOSINA, S.A. DE C.V.	S N	S N	S N	S N	N	N	S N	N	N	N	N	N	N	N	N	S N	S N	S N	S N	S N
TELEVISORA XHBO, S.A. DE C.V.	D	S N	S N	S N	D	D	S N	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
TV DIEZ DURANGO, S.A. DE C.V.	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
TV OCHO, S.A. DE C.V.	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D	D
TELEVISIÓN LA PAZ, S.A.	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A

Fuente: Análisis en Materia de Competencia

Notas:

¹ Telsusa es causahabiente de Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V., al ser cesionaria de la estación XHBG-TDT en Uruapan, Michoacán, por lo que, a partir del 3T 2020, Telsusa debe cumplir con las obligaciones de la concesión objeto de la cesión que establezcan las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas aplicables (incluyendo la regulación asimétrica).

² El 15 de diciembre de 2021, Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/151221/745.

³ El 25 de noviembre de 2020, Comunicación del Sureste, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/251120/483. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 9 de diciembre de 2020.

⁴ El 04 de marzo de 2020, Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/040320/77. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 17 de marzo de 2020.

⁵ El 17 de febrero de 2021, TV de Culiacán, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/170221/93. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 25 de febrero de 2021.

⁶ El 10 de marzo de 2021, Televisión del Pacífico, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/100321/100. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 23 de marzo de 2021.

⁷ El 17 de noviembre de 2021, Televisora de Durango, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/171121/607. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 30 de noviembre de 2021.

D: El SEG está disponible y funcionando conforme a los requerimientos establecidos por el Instituto.

N: El SEG no está disponible.

NA: No Aplica, dado que el Concesionario no cuenta con título de concesión vigente o cedió los derechos y obligaciones de su concesión.

SO: Sin obligación, en virtud de que dejó de formar parte del AEPR.

SN: Sin información.

- **Las Afiliadas Independientes mayoritariamente cumplieron con la publicación de la OPI en su sitio web, como se observa en la siguiente tabla, entre el 1T 2017 y el 4T 2021.**

Tabla 7. Publicación de la OPI (Afiliadas Independientes)

Integrante	OPI 2021-2022	OPI 2020-2021								OPI 2018-2019								
	2021	2021				2020				2019				2018				2017
	4T	4T	3T	2T	1T	4T	3T	2T	1T	4T	3T	2T	1T	4T	3T	2T	1T	4T
Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V. / Telsusa ¹	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO
Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V. ²	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Hilda Graciela Rivera Flores	SN	SN	SN	SN	SN	NO	NO	SN	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Comunicación del Sureste, S.A. de C.V. ³	SO	SO	SO	SO	SO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V. ⁴	SO	SO	SO	SO	SO	SO	SO	SO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
José de Jesús Partida Villanueva	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	SI
José Humberto y Loucille, Martínez Morales	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Mario Enrique Mayans Concha	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Ramona Esparza González	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO
Roberto Casimiro González Treviño	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI

Integrante	OPI 2021-2022	OPI 2020-2021								OPI 2018-2019								
	2021	2021				2020				2019				2018				2017
	4T	4T	3T	2T	1T	4T	3T	2T	1T	4T	3T	2T	1T	4T	3T	2T	1T	4T
Pedro Luis Fitzmaurice Meneses	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO
Telemisión, S.A. de C.V.	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Televisión de la Frontera, S.A.	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO
Televisión de Michoacán, S.A. de C.V.	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Televisión de Tabasco, S.A.	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO
TV de Culiacán, S.A. de C.V. ⁵	SO	SO	SO	SO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Televisión del Pacifico, S.A. de C.V. ⁶	SO	SO	SO	SO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Televisora de Durango, S.A. de C.V. ⁷	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
Televisora Potosina, S.A. de C.V.	SN	SN	SN	SN	SN	NO	NO	SN	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Televisora XHBO, S.A. de C.V.	SI	SI	SN	SN	SN	SI	SI	SN	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
TV Diez Durango, S.A. de C.V.	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
TV Ocho, S.A. de C.V.	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO
Televisión La Paz, S.A.	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA

Fuente: Análisis en Materia de Competencia

Notas:

No se cuenta con información de la publicación de la OPI anterior al 4T 2017.

¹ Telsusa es causahabiente de Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V., al ser cesionaria de la estación XHBG-TDT en Uruapan, Michoacán, por lo que, a partir del 3T 2020, Telsusa debe cumplir con las obligaciones de la concesión objeto de la cesión que establezcan las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas aplicables (incluyendo la regulación asimétrica).

² El 15 de diciembre de 2021, Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/151221/745.

³ El 25 de noviembre de 2020, Comunicación del Sureste, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/251120/483. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 9 de diciembre de 2020.

⁴ El 04 de marzo de 2020, Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/040320/77. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 17 de marzo de 2020.

⁵ El 17 de febrero de 2021, TV de Culiacán, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/170221/93. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 25 de febrero de 2021.

⁶ El 10 de marzo de 2021, Televisión del Pacífico, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/100321/100. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 23 de marzo de 2021.

⁷ El 17 de noviembre de 2021, Televisora de Durango, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/171121/607. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 30 de noviembre de 2021.

NO: El integrante no tenía publicada en su sitio de internet la OPI vigente en el trimestre.

SI: El integrante declaró y/o se verificó que tenía publicada en su sitio de internet la OPI vigente en el trimestre.

NA: No Aplica, dado que el Concesionario no cuenta con título de concesión vigente o cedió los derechos y obligaciones de su concesión.

SO: Sin obligación, en virtud de que dejó de formar parte del AEPR.

SN: Sin información.

- Entre el 1T 2017 y el 4T 2021, **no se reportó la recepción de solicitudes para el servicio de Emisión de Señal y solo se reportó la recepción de dos solicitudes para el servicio de coubicación** (Compartición de Infraestructura) de las Afiliadas Independientes en términos de la OPI vigente¹¹³:
 - i) Televisión del Pacífico, S.A. de C.V. recibió una solicitud el 7 de marzo de 2017 por parte de Radio Informativa, S.A. de C.V., con quien firmó un Convenio de Prestación de Servicio de Uso Compartido de Infraestructura Pasiva y Servicios Complementarios. Sin embargo, se advierte que Radio Informativa, S.A. de C.V. no es concesionario del STR, sino que es concesionario del servicio público de radiodifusión sonora.
 - ii) TV de Culiacán, S.A. de C.V. indicó haber recibido durante el 3T 2019 una solicitud por parte de la Universidad Autónoma de Occidente, concesionaria del STR público; sin embargo, por decisión de la Universidad no se concretó la firma o suscripción de ningún convenio ni se continuó con la prestación del servicio de interés (coubicación). Al respecto, la Universidad manifestó que “fue nuestra libre decisión NO concretar la prestación de servicios, con el propósito de fortalecer las medidas de austeridad presupuestal y optimizar los recursos públicos a través de la compartición de infraestructura con otro Concesionario de uso público que presta el servicio de radiodifusión”.

Por lo anterior, el Análisis en Materia de Competencia advirtió que entre el 1T 2017 y el 4T 2021, ni Grupo Televisa ni las Afiliadas Independientes recibieron solicitudes, ni existió prestación de los servicios de Compartición de Infraestructura a concesionarios del STR en términos de la OPI.

Asimismo, en el Análisis en Materia de Competencia reveló los siguientes resultados obtenidos en 2018 por la Dirección General de Supervisión y Verificación de Regulación Asimétrica¹¹⁴:

- Ocho de los catorce concesionarios respondieron que no tuvieron comunicación o acercamiento con algún integrante del AEPR para los fines referidos.
- [REDACTED] manifestó que [REDACTED]

[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED] Información derivada de los procesos de toma de decisiones de inversión del titular [REDACTED]
[REDACTED]

¹¹³ De acuerdo con los Informes Trimestrales de Cumplimiento del 1T 2017 al 4T 2020 y del IC de las Afiliadas Independientes, las Afiliadas Independientes han manifestado reiteradamente no haber suscrito, ni tener vigentes convenios de compartición de infraestructura (coubicación y y/o emisión de señal), así como tampoco haber recibido solicitudes de servicios, con excepción de las 2 solicitudes que se señalan. Asimismo, a partir de una revisión del RPC, no se observan convenios de Compartición de Infraestructura para el STR registrados que involucren a las Afiliadas Independientes.

¹¹⁴ Información presentada mediante oficio IFT/225/UC/DG-SVRA/0044/2022.

Respecto a las medidas referente a la compartición de Infraestructura, el Informe Conductual emitido por la DG-SVRA para Grupo Televisa para el 2020-2021 revelo que:

- ¹¹⁵ Corresponsiente a 4T 2021.

- El SEG se encontró en funcionamiento y cuenta con información relativa a los elementos de infraestructura, solicitudes y procedimientos; en ese sentido, se muestra la información contenida en su SEG, de acuerdo con los procesos contemplados en las obligaciones de las Medidas.

Ilustración 1. Contenido del SEG de Grupo Televisa.

Integrante del AEPR	SEG	Usuario y contraseña	Información de infraestructura	Contratación de servicios	Reporte y seguimiento de fallas	Consultas de solicitudes	Flujo de información	Número telefónico	Dirección de correo electrónico
Grupo Televisa	www.opitelevisa.com	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✓

- Grupo Televisa manifestó que no tuvo solicitudes de acceso al SEG. Asimismo, manifestó no haber realizado trabajos de instalación o ampliación de torre o caseta, reflejados en el mismo.

Asimismo, la DG-SVRA emitió un informe para las Afiliadas Independientes para el mismo periodo (2020-2021), dentro de lo cual se destacó que:

- Las Afiliadas Independientes ofrecieron los servicios de compartición de infraestructura conforme a lo siguiente:

COUBICACIÓN

- Telemisión, S.A. de C.V., Televisora de Durango, S.A. de C.V., Roberto Casimiro González Treviño, TV de Culiacán, S.A. de C.V., Televisión del Pacífico, S.A. de C.V., Ramona Esparza González, TV Ocho, S.A. de C.V., Telsusa Televisión México, S.A. de C.V., José Humberto y Loucille, Martínez Morales, Televisión de Michoacán, S.A. de C.V., Comunicación del Sureste, S.A. de C.V., Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V., Pedro Luis Fitzmaurice Meneses, Televisión de la Frontera, S.A., TV Diez Durango, S.A. de C.V., Televisión de Tabasco, S.A. de C.V., Mario Enrique Mayans Concha y Televisora XHBO, S.A. de C.V.¹¹⁶ ofrecen el servicio de coubicación.

EMISIÓN DE SEÑAL

- Corporación Tapatía de Televisión, S.A de C.V. solo ofrece el Servicio de Emisión de Señal, sujeto a factibilidad técnica.
- Asimismo, Televisora de Durango, S.A. de C.V., Telsusa Televisión México, S.A. de C.V., Comunicación del Sureste, S.A. de C.V. y Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V. ofrecen el Servicio de Emisión de Señal de manera adicional a coubicación.

¹¹⁶ Información correspondiente al 4T 2021.

- Adicionalmente, las siguientes Afiliadas Independientes manifestaron ser arrendatarios, por lo que su obligación de ofrecer la compartición de infraestructura debería realizarse mediante la figura de subarrendamiento, en ese sentido, se detallan las siguientes características detectadas en sus contratos de arrendamiento:
- Pedro Luis Fitzmaurice Meneses, presentó un contrato de arrendamiento celebrado con un tercero¹¹⁷ el 2 de enero de 2012 y ofrece la compartición de infraestructura sujeto a las condiciones previstas en el contrato, en estas se establece la prohibición al sub-arrendamiento o la concesión de cualquier derecho sobre o respecto del inmueble arrendado.
- Televisión de la Frontera, S.A., presentó un contrato de arrendamiento celebrado con un tercero¹¹⁸ el 1° de octubre de 2012, asimismo, dentro de las cláusulas se encuentran condicionantes para el sub-arrendamiento a terceros sin previa autorización del arrendador.
- TV Diez Durango, S.A. de C.V., presentó un contrato de arrendamiento celebrado con un tercero¹¹⁹ el 1° de enero de 2012. den sus cláusulas, se encuentran limitantes para el sub-arrendamiento a terceros, estableciendo que en caso de hacerlo se dará por terminado dicho contrato. • Televisión de Tabasco, S.A. de C.V., presentó un contrato de arrendamiento celebrado con un tercero el 11 de enero del 2008 y finaliza el 31 de enero de 2028, mismo que contiene en las cláusulas una restricción de no poder sub-arrendar, a menos que cuente con el permiso del arrendador por escrito.
- Mario Enrique Mayans Concha, presentó un contrato de arrendamiento celebrado con Radio Televisión, S.A. de C.V. (integrante de Grupo Televisa) el 1° de enero de 2015, el cual vence hasta que el contrato de afiliación suscrito entre las partes se dé por terminado ante cualquier circunstancia. No obstante, Radio Televisión, S.A. de C.V. ofrece la compartición de infraestructura conforme a la OPI.

Por otro lado, el Informe conductual también señaló que:

- Las Afiliadas Independientes¹²⁰ manifestaron ofrecer su infraestructura sobre bases no discriminatorias a cualquiera que se lo solicite, ya sea, por la presentación, autorización o publicación de la OPI o mediante su SEG en funcionamiento.
- Las Afiliadas Independientes¹²¹ manifestaron no haber suscrito convenios de compartición de infraestructura conforme a los términos y condiciones de la OPI.

¹¹⁷ Irma Muñoz Aguayo

¹¹⁸ Inmobiliaria Fitz S.A. de C.V. Valdepeña.

¹¹⁹ Alejandro Ogilvie Stevenson

¹²⁰ La información de Televisora XHBO, S.A. de C.V. corresponde al 4T 2021.

¹²¹ La información de Televisora XHBO, S.A. de C.V. corresponde al 4T 2021

- Durante el periodo en revisión, la oferta de referencia vigente es la OPI 2020-2021 y la misma completa los Servicios de Coubicación y Emisión de Señal.
- Asimismo, el Instituto autorizó la OPI 2022-2023, y también contempla los Servicios de Coubicación y Emisión de Señal.
- Las Afiliadas Independientes¹²² manifestaron el sitio de internet en el que se encontraba publicada la OPI aplicable del 1° de enero del 2020 al 31 de diciembre de 2021, durante la OPI 2020-2021.
- Las Afiliadas Independientes¹²³ manifestaron el sitio de internet en el que se encontraba publicada la OPI 2022-2023. Mediante supervisión remota, se constató que Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V., Televisora de Durango, S.A. de C.V., TV Ocho, S.A. de C.V., Ramona Esparza González, Telsusa Televisión México, S.A. de C.V., Roberto Casimiro González Treviño, José Humberto y Loucille, Martínez Morales, Televisión de Michoacán, S.A. de C.V., Mario Enrique Mayans Concha, Televisión de la Frontera, S.A., Pedro Luis Fitzmaurice Meneses y TV Diez Durango, S.A. de C.V., que tenían disponible la OPI 2022-2023 para su consulta y/o descarga.
- En lo que refiere al aviso de emisión de la OPI 2022-2023 en dos diarios de circulación nacional, Mario Enrique Mayans Concha, Pedro Luis Fitzmaurice Meneses, Telemisión, S.A. de C.V., TV Diez Durango, S.A. de C.V., Televisión de la Frontera, S.A., Televisión de Tabasco, S.A. y Televisora XHBO, S.A. de C.V., fueron omisos en entregar al Instituto dicho aviso, por lo que se continúa con las actividades de supervisión y verificación.
- A la fecha no se tienen convenios suscritos para la provisión de servicios mayoristas, por lo que no se cuenta con información para análisis.
- Televisora XHBO, S.A. de C.V.¹²⁴, Hilda Graciela Rivera Flores y Televisora Potosina, S.A. de C.V., no proporcionaron información para el periodo en revisión, por lo que continúan las actividades de supervisión y verificación.
- De los 19 SEG que conforman las Afiliadas Independientes, 17 se encontraron en funcionamiento y contaban con información relativa a los elementos de infraestructura, solicitudes y procedimientos; en ese sentido, se muestra un comparativo de la información contenida en los SEG, de acuerdo con los procesos contemplados en las obligaciones de las Medidas y en la OPI.

¹²² La información de Televisora XHBO, S.A. de C.V. corresponde al 4T 2021.

¹²³ La información de Televisora XHBO, S.A. de C.V. corresponde al 4T 2021.

¹²⁴ Presentó información correspondiente al 4T 2021

Ilustración 2 Comparativo del SEG de las Afiliadas Independientes

Integrante del AEPR	SEG	Usuario y contraseña	Información de infraestructura	Contratación de servicios	Reporte y seguimiento de fallas	Consultas de solicitudes	Flujo de información	Número telefónico	Dirección de correo electrónico
Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V.	https://cortap.mx	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Televisora de Durango, S.A. de C.V.	www.canal12dgo.com	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✓
Roberto Casimiro González Treviño	www.rcgmedia.mx	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✓	✓
Tv de Culiacán, S.A. de C.V.	https://tvpacifico.mx/OPI/	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Televisión del Pacífico, S.A. de C.V.		✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Ramona Esparza Gonzalez	www.xefetv.com	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓
TV Ocho, S.A. de C.V.	www.tvocho.com	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Telsusa Televisión México, S.A. de C.V.	https://xhbg.tv/sistema-electronico/	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
José Humberto y Loucille, Martínez Morales	https://grupomarmor.com.mx/	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
Televisión de Michoacán, S.A. de C.V.		✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓

Integrante del AEPR	SEG	Usuario y contraseña	Información de infraestructura	Contratación de servicios	Reporte y seguimiento de fallas	Consultas de solicitudes	Flujo de información	Número telefónico	Dirección de correo electrónico
Mario Enrique Mayans Concha	canal45.cbc.com.mx	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓
Televisión de la Frontera, S.A.	http://opi.xejtv.com/	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
Pedro Luis Fitzmaurice Meneses	http://www.canal13paral.com/seg	✗	✓	✓	✗	✗	✓	✓	✓
Tv Diez Durango, S.A. de C.V.	http://canal10.com.mx/#/a-cerca/3370	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✓	✓
Comunicación del Sureste, S.A. de C.V.	http://comsureste.com/se-g/	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V.	http://canal9tabasco.com/sistema-electronico/	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Telemisión, S.A de C.V.	http://grupoparam.com	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✓
Televisión de Tabasco, S.A.	www.mco.com.mx	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓
Televisora XHBO, S.A. de C.V.	televisoraxhboaxaca.com.mx	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

- Mediante supervisión remota realizada a los siguientes integrantes durante 2020, se constató que su SEG no se encontraba habilitado:

Ilustración 3 . SEG no habilitado por las Afiliadas Independientes.

Afiliada Independiente	Sitio de internet
Hilda Graciela Rivera Flores	www.rcgacuna.com
Televisora Potosina, S.A. de C.V.	http://canal13slp.tv
Telemisión, S.A de C.V.*	http://grupoparam.com

* Sin embargo, respecto del requerimiento realizado, proporcionó evidencia de contar con un SEG en funcionamiento.

- Las Afiliadas Independientes¹²⁵ manifestaron que no tuvieron solicitudes de acceso al SEG. Asimismo, manifestaron no haber realizado trabajos de instalación o ampliación de torre o caseta, reflejados en el mismo.

Análisis de la prueba.

Respecto de las Medidas relacionadas con Compartición de Infraestructura, GTV-Televisa ofreció una documental privada consistente en el “Análisis del Ingeniero [Nombre de persona física]”, señalada por los oferentes como “**Anexo 3**” en su Escrito de Manifestaciones, a través de la cual intenta acreditar que con base en dicha documental, es indebido la modificación, adición y supresión de las medidas referentes a la compartición de Infraestructura.

No obstante que en el apartado correspondiente de la presente resolución se analiza la prueba en comento, resulta necesario reiterar que la probanza en estudio no se ofreció como prueba pericial, sino como documental, pues no fue anunciada como prueba pericial ni preparada como tal.

Dictamen sobre las medidas específicas adicionales impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión.

Marco Jurídico. En cumplimiento a lo dispuesto por el último párrafo del artículo 266 de la LFTR, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 6º, fracción XXVII del Estatuto, el Pleno del Instituto emite el dictamen a que hace referencia el último párrafo del artículo 266 de la LFTR.

a) la posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir

Como se señaló en la Resolución de Preponderancia, la infraestructura pasiva puede considerarse como un recurso no fácilmente replicable para la provisión del servicio de televisión radiodifundida a nivel nacional y resulta ineficiente desde el punto de vista económico y social que los competidores tengan que duplicar o triplicar la infraestructura pasiva existente¹²⁶, lo cual representa una barrera de entrada para nuevos competidores.

Considerando que la infraestructura pasiva constituye un elemento fundamental de la cadena de valor para la prestación del servicio de televisión radiodifundida, los concesionarios deben realizar inversiones significativas para la adquisición de los elementos necesarios que les permitan desplegar una red de televisión¹²⁷, así como llevar a cabo los trámites y procedimientos frente a distintas autoridades o terceros, que les permitan desplegar infraestructura pasiva y activa, con la finalidad de transmitir sus señales en la cobertura que amparan sus respectivos títulos de concesión.

¹²⁵ La información de TelevisoraXHBO, S.A. de C.V. corresponde al 4T 2021

¹²⁶ Resolución de Preponderancia, página 616.

¹²⁷ Resolución de Preponderancia, página 615.

Al respecto, a través de la Resolución de Preponderancia, se obligó al AEPR a realizar una oferta de referencia a los concesionarios de radiodifusión, que les permitiera el acceso y uso de su infraestructura pasiva, además se señaló que el despliegue de infraestructura pasiva se enfrenta a diversos obstáculos legales y reglamentarios para obtener las autorizaciones necesarias para su instalación. La obtención de los permisos respectivos, tales como los derechos de vía, implican incertidumbre en cuanto al tiempo y a las condiciones en las que se realizará el despliegue de dicha infraestructura y, por lo tanto, afectan la capacidad de los nuevos competidores para tender su propia infraestructura pasiva¹²⁸.

Con el fin de hacer un uso más eficiente de la infraestructura disponible, evitar que el AEPR niegue u obstaculice el acceso y aprovechamiento eficiente de la infraestructura que excede lo requerido para su operación normal, evitar la ineficiencia económica que implica duplicar o triplicar la infraestructura para la transmisión de señales de televisión abierta, reducir el tiempo de despliegue de las cadenas de televisión y asegurar que el AEPR ofrezca los elementos de la infraestructura de forma desagregada, fue que se implementaron las medidas de compartición de infraestructura en la Resolución de Preponderancia.

Ahora bien, en la Resolución Bienal en Radiodifusión, se consideró que los concesionarios regionales que incrementaron su cobertura no contrataron Infraestructura Pasiva del AEPR. En consecuencia, las Medidas tuvieron un impacto bajo respecto a los propósitos perseguido, además Medidas no contribuyeron significativamente a reducir las barreras a la entrada relacionadas con el despliegue de Infraestructura Pasiva y que el operador de la nueva cadena nacional del STR, Nombre de persona moral, y otros concesionarios de nuevo ingreso a los mercados, no había suscrito contratos en términos de la OPI, por lo que se estableció que los integrantes del AEPR debían prestar el Servicio de Emisión de Señal como servicio complementario a la compartición de Infraestructura Pasiva (ahora llamada Servicio de Coubicación), con la finalidad de ofrecer una alternativa a los concesionarios solicitantes para acceder a la Infraestructura Pasiva del AEPR, además de establecer que las tarifas de los servicios regulados formen parte de la OPI y permitir el acceso a infraestructura del AEPR a concesionarios que prestan el STR con fines distintos al comercial. Sin embargo, debido al Amparo a favor de GTV-Televisa por la SCJN, las medidas impuestas en la Resolución Bienal 2017 quedaron sin efecto para GTV-Televisa. No obstante, las medidas impuestas en la Resolución Bienal 2017 se conservaron como marco regulatorio para la Afiladas Independientes.

Después de analizar el impacto de las Medidas referentes a la prestación de servicios de infraestructura en términos de competencia económica, la UCE determinó que el impacto ha sido bajo en relación con los objetivos que se plantearon en la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión, lo cual no se trata de una presunción teórica, tal como

¹²⁸ Resolución de Preponderancia páginas 357 y 358.

lo señala GTV-Televisa, si no que se encuentra debidamente sustentado al comprobar que no se ha firmado ningún acuerdo para la provisión de estos servicios con base en la OPI para el STR. Además, no se identifica que los mecanismos actuales que establecen las Medidas para que el AEPR ponga su infraestructura a disposición de terceros hayan tenido como efecto: i) que otros concesionarios aprovechen la infraestructura del AEPR, ii) reducir el tiempo de despliegue de la cadena nacional concesionada a [Nombre de persona moral], ya que dicha cadena no ha hecho uso de la infraestructura del AEPR y, a diciembre de 2021, no se encontraba desplegada en su totalidad, y iii) aumentar la cobertura de los competidores del AEPR, en particular, facilitar la expansión de los participantes regionales.

Lo anterior implica que las medidas actuales no han sido suficientes para cumplir los objetivos planteados en la Resolución de Preponderancia, pues tampoco han resultado atractivas para que los concesionarios interesados elijan la infraestructura del AEPR, ya que, es del conocimiento del Instituto que sí han existido firmas de contratos entre los concesionarios interesados para ocupar infraestructura, pero dichos contratos no han sido con el AEPR y también es de conocimiento del Instituto que han existido acercamientos para la contratación del servicio de compartición de infraestructura del AEPR, los cuales no se concretaron.

A continuación, se muestran los siguientes resultados de requerimientos de información realizados en 2018 a catorce concesionarios del STR que resultaron ganadores en las licitaciones IFT-1¹²⁹ e IFT-6¹³⁰, a quienes les solicitó, entre otras cosas, que informaran si “han tenido comunicación y/o acercamiento con algún integrante del AEPR” con la finalidad de solicitar información relacionada a la infraestructura de los integrantes del AEPR, así como por el Análisis en Materia de Competencia:

- Ocho de los catorce concesionarios respondieron que no tuvieron comunicación o acercamiento con algún integrante del AEPR para los fines referidos.
- [Redacted]
[Redacted]
[Redacted]
Información derivada de los procesos de toma de decisiones de inversión del titular
[Redacted]
[Redacted] [Redacted] [Redacted] [Redacted] [Redacted] [Redacted]
[Redacted] [Énfasis añadido]
- [Redacted]
[Redacted]
Información derivada de los procesos de toma de decisiones de inversión del titular
[Redacted]
[Redacted]

¹²⁹ Licitación Pública para concesionar el uso, aprovechamiento y explotación comercial de canales de transmisión para la prestación del STR digital, a efecto de formar dos cadenas nacionales de los Estados Unidos Mexicanos, cuya Convocatoria fue aprobada por el Pleno del Instituto el 6 de marzo de 2014.

¹³⁰ Licitación Pública para concesionar el uso, aprovechamiento y explotación comercial de 148 canales de transmisión para la prestación del STR digital, cuya Convocatoria fue aprobada por el Pleno del Instituto el 18 de noviembre de 2016.

- El 4 de julio de 2018, [REDACTED], entre otras circunstancias, [REDACTED]
[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED] Información derivada de los procesos de toma de decisiones de inversión del titular [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

De igual modo, el Análisis en Materia de Competencia, señaló que, de acuerdo con datos del RPC, se identificó que entre el 1T 2017 y el 4T 2021 se celebraron veintinueve convenios de compartición de infraestructura para la prestación del STR entre concesionarios distintos al AEPR, de los cuales veintisiete de ellos para localidades en las que el AEPR ofrece servicios de acuerdo con la OPI. Además, se observa que Cadena Tres fue el solicitante que suscribió la mayor cantidad de convenios de compartición de infraestructura, principalmente con concesionarios del STR público en dicho periodo, como se muestra en la siguiente tabla¹³¹.

Tabla 8. Convenios de compartición de infraestructura para el STR, 2017-2021

Solicitante	Prestador	Convenios
Cadena Tres	Gobierno del Estado de Nayarit	1
	Instituto Politécnico Nacional	12
	José Luis Martínez Sánchez	1
	Multimedios	2
	Total	16
Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos	Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.	1
	Total	1
Gobierno del Estado de Campeche	SPR	1
	Total	1
Gobierno del Estado de Michoacán	SPR	1
	Total	1
Intermedia de Chihuahua, S.A. de C.V.	Instituto Politécnico Nacional	2
	Total	2
Televisión Digital, S.A. de C.V. (Multimedios)	Instituto Politécnico Nacional	1
	Universidad de Guadalajara	1
	Total	2
Telsusa	SPR	4
	Multimedios	1
	Total	5
Universidad Autónoma de Querétaro	SPR	1
	Total	1
Total		29

Fuente: Análisis en Materia de Competencia.

¹³¹ Además, durante el mismo periodo se celebraron 5 (cinco) convenios de compartición de infraestructura para la prestación del Servicio de Radiodifusión Sonora.

Como se mencionó anteriormente, [Nombre de persona moral] ha buscado celebrar convenios de compartición de infraestructura con otros concesionarios (incluyendo el AEPR), sin embargo, el Concesionario reveló que dichas alternativas no eran técnicamente factibles, en función de sus requerimientos. Por lo tanto, el Análisis en materia de Competencia considera que la infraestructura pasiva del AEPR podría contribuir al despliegue de las estaciones de [Nombre de persona moral] que no han iniciado operaciones, en la medida en que se ajusten a los requerimientos de su proyecto técnico-económico.

Además, del Análisis en Materia de Competencia también se desprende que, pese a las Medidas vigentes, el AEPR aún mantienen un mayor poder de negociación frente a terceros, pues aún persisten las asimetrías en participaciones de mercado en términos de audiencia y en cobertura entre el AEPR y otros concesionarios del STR.

En ese sentido, el Análisis en Materia de Competencia señaló que, a diciembre de 2021, el AEPR mantiene una participación de 60.9% (sesenta punto nueve por ciento) en términos del *share* de audiencia (los Canales de Programación del AEPR siguen siendo los más vistos) y cuenta con cobertura de 86.75% (ochenta y seis punto setenta y cinco por ciento) y de la población nacional, mientras que los proveedores del STR comercial restantes tienen menor cobertura.

Dado lo anterior, la UCE en su Análisis en Materia de Competencia, sugiere entre otras cosas, evaluar las condiciones e información que contiene la OPI, pues como se ha mencionado, sí se han presentado convenios para la compartición de infraestructura entre concesionarios del STR diferentes al AEPR, los cuales representan información relevante acerca de los elementos y condiciones que los concesionarios efectivamente requieren para la contratación de dichos servicios.

Además, con el fin de que los concesionarios puedan esperar un proceso de negociación con el AEPR ágil y que brinde la posibilidad de obtener un servicio ajustado a sus necesidades, el Análisis en Materia de Competencia sugirió evaluar las condiciones e información que contiene la OPI y si estas corresponden o son lo suficientemente flexibles o desagregadas para adaptarse a los términos y condiciones que se establecen en la práctica para la contratación de servicios de compartición de infraestructura.

Al respecto, se detectó la necesidad de modificar las medidas para favorecer el logro de los objetivos planteados en la resolución del AEPR. En particular, se advierte que:

- El servicio de compartición de infraestructura es atractivo para los concesionarios. Tal, como se mencionó entre el 1T 2017 y el 4T 2021 se celebraron veintinueve convenios de compartición de infraestructura para la prestación del STR.
- Existe interés en el Servicio de compartición de infraestructura ofrecido por el AEPR. Sin embargo, si bien se reporta interés e incluso acercamiento por parte de concesionarios con el AEPR, no se han concretado convenios por razones de viabilidad técnica o por tarifas.

- Las medidas impuestas actualmente no son suficientes para lograr los objetivos planteados en la Resolución de Preponderancia, pues como se señaló en el Análisis en Materia de Competencia, las medidas han tenido un impacto bajo.
- Las medidas actuales no señalan que la OPI debe contener la información necesaria para que los concesionarios interesados puedan revisarla previo a la contratación, lo que genera incertidumbre para los concesionarios interesados y se traduce como una barrera a la entrada.
- Como se señaló en la Resolución de Preponderancia, la infraestructura pasiva puede considerarse como un recurso esencial no fácilmente replicable para la provisión del STR a nivel nacional. Adicionalmente, resulta ineficiente desde el punto de vista económico que los competidores tengan que duplicar o triplicar la infraestructura pasiva existente, por lo que se reafirma que el servicio es atractivo para los nuevos concesionarios.
- Han existido acercamientos con el AEPR para la contratación del servicio, sin embargo, no se ha concretado en la firma de convenios, entre otros, por tarifas o falta de viabilidad técnica, como han señalado algunos interesados.

Si bien en las medidas actuales, tanto las derivadas de la Resolución de Preponderancia como la Resolución Biental 2017, se enlistan los elementos que debe contener la OPI, estos elementos no son suficientes para que el Concesionario interesado pueda llevar a cabo la contratación del servicio. En la OPI no se señalan las características para que los Concesionarios Solicitantes puedan advertir si la infraestructura del AEPR es técnicamente viable, entre otros elementos necesarios para el concesionario interesado en contratar el servicio, pues, como se señaló, diversos concesionarios del STR, distintos al AEPR, han celebrado convenios para la compartición de infraestructura, los cuales representan una fuente de información relevante acerca de los elementos y condiciones que los concesionarios efectivamente requieren para contratación de dichos servicios.

Conforme a lo dispuesto en la Resolución de Preponderancia, se advierte que la OPI carece de información suficiente para el Concesionario Solicitante, lo cual genera incertidumbre sobre los requerimientos necesarios que den claridad y un panorama completo acerca de todos los requisitos para contratar el servicio de compartición de infraestructura, lo que genera incertidumbre acerca de la contratación del servicio, lo que también representa mayor tiempo para que el Concesionario interesado pueda obtener parámetros técnicos compatibles técnica y económicamente. Esta situación desfavorece el logro de los objetivos que se persiguen con estas medidas desde la Resolución de Preponderancia, dado que lo que se busca es reducir el tiempo de despliegue de las cadenas de televisión de cobertura nacional.

Asimismo, reducir el tiempo de despliegue también es importante para que el Concesionario solicitante cumpla con sus obligaciones pues, de acuerdo con el título de Concesión, el concesionario se obliga a prestar el Servicio Público de Televisión Radiodifundida Digital dentro del tiempo establecido en su concesión contados a partir del

día siguiente del otorgamiento del título, esto para la totalidad de las localidades obligatorias a servir relativas a las zonas de cobertura, por lo anterior. En consecuencia, el tiempo de despliegue para transmitir sus señales, es prioritario para que los Concesionarios interesados cumplan con lo establecido en sus títulos de concesión.

Teniendo en cuenta estos aspectos, es necesario modificar las medidas con el fin de incluir todos los elementos esenciales que permitan al concesionario solicitante acceder a la información indispensable para la contratación del servicio a través de la OPI. Asimismo, es crucial garantizar la certeza sobre las condiciones del servicio que se pretende contratar, agilizar los tiempos de consulta para que el interesado esté completamente informado sobre los términos y condiciones del servicio bajo las cuales se regula la contratación de este. Al clarificar estos elementos, se minimizarán los riesgos de afectar negativamente a la competencia.

Tal como se mencionó en líneas anteriores, actualmente, las Afiliadas Independientes tienen una regulación más estricta en comparación con Grupo Televisa, lo cual no se basa en las mismas circunstancias de mercado, por lo que no se prevé que las Afiliadas Independientes ameriten contar con medidas más estrictas que aquellas impuestas a Grupo Televisa, por tanto, se consideró que ambos marcos regulatorios deben ser homologados.

Cabe recalcar que la modificación de las medidas no implica ninguna carga desproporcionada para el AEPR, pues la OPI ya se encuentra prevista en las medidas y solo se solicita al AEPR complementar información que resulta indispensable para la contratación del servicio. Información que también permitirá reducir las asimetrías de información, garantizar la no discriminación y favorecer la competencia, objetivos previstos en la Resolución de Preponderancia.

Por último, en la Consulta Pública se recibieron los siguientes comentarios:

Raúl Paniagua señaló lo siguiente:¹³²

- Es importante evaluar el número de solicitudes que han existido para tener acceso a la infraestructura pasiva del AEPR y los casos de éxito y de desistimiento.
- Se debe de dar beneficios reales y tangibles para que los concesionarios puedan hacer uso de la infraestructura pasiva del AEPR como un acceso a un bajo o nulo costo. En particular, se debe plantear la existencia de una tasa “0” (Cero), lo cual incentivará el uso de la infraestructura pasiva del AEPR y se podrá evaluar en definitiva la eficiencia de esta medida.
- Se debe establecer que las solicitudes de su propia operación, y para sus afiliados, filiales, subsidiarias o empresas que pertenezcan al mismo GIE también deben ser

¹³² Participación de Raúl Paniagua en la Consulta Pública. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/industria/temasrelevantes/consultaspublicas/documentos/2-raul-paniagua.pdf>

requeridas a través del SEG a efecto de que se pueda ver reflejado el mismo trato que se busca con esta medida.

Por su parte, Televisora de Navojoa, S.A. manifestó:¹³³

- A la fecha, no se han solicitado los servicios de compartición de infraestructura pasiva por parte de ningún concesionario solicitante. GTV ha cumplido con las Medidas impuestas respecto de la compartición de infraestructura, ofreciendo su infraestructura a través de la OPI. No hay demanda de los servicios contenidos en la OPI, dado que las concesionarias del mercado de radiodifusión mexicano prefieren ubicarse en emplazamientos diferentes a los que usa el AEPR por consideraciones técnicas o de operación. En particular:
 - Las licitaciones han permitido la entrada de nuevos competidores nacionales y regionales que hasta el momento no han solicitado el servicio de compartición de infraestructura por parte de Grupo Televisa, demostrando que prefieren desplegar su propia infraestructura o acceder a la de otros actores del mercado.
 - Imagen Televisión, con el fin de ampliar su cobertura por todo el territorio mexicano, prefirió contratar capacidad de infraestructura pasiva de televisoras públicas en lugar de contratar infraestructura de Grupo Televisa.
- Lo anterior demuestra que en el mercado hay alternativas suficientes para satisfacer la demanda relacionada con compartición de infraestructura pasiva. Con base en esto, se puede deducir que las obligaciones actuales no son necesarias para garantizar la competencia.

b) la razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación.

La modificación a las medidas de Compartición de Infraestructura tiene como fin eliminar las barreras a la entrada para los concesionarios interesados en adquirir infraestructura del AEPR. Lo anterior, toda vez que como se desprende del Análisis en Materia de Competencia el impacto en términos de competencia económica de dichas medidas, ha sido bajo, en relación con los objetivos que se plantearon en la Resolución de Preponderancia. Hasta el momento, el AEPR no ha firmado ningún acuerdo para la provisión de estos servicios con base en la OPI. Sin embargo, en contraste, se observa que diversos concesionarios del STR, distintos al AEPR, han celebrado convenios para la compartición de infraestructura. Estos convenios representan una fuente de información relevante acerca de los elementos y condiciones que son considerados como necesarios para la contratación de dichos servicios.

Las modificaciones permitirán que los concesionarios accedan a un proceso de negociación más ágil con el AEPR y la posibilidad de obtener un servicio ajustado a sus

¹³³ Participación de Televisora de Navojoa, S.A. en la Consulta Pública. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/industria/temasrelevantes/consultaspublicas/documentos/3-alvaro-haro-guerrero.pdf>

necesidades, así como contar con información suficiente para la contratación de los servicios.

Asimismo, dado que no han existido hasta el momento contratos o convenios relacionados con este servicio por parte del AEPR, la modificación de la medida busca corregir aquellas asimetrías de información que puedan existir al momento de la negociación y hacer que la oferta de este servicio por parte del AEPR sea más atractiva para los concesionarios interesados en tener acceso a la infraestructura pasiva, al contar con procesos más detallados, con un sistema de gestión que cuente con información actualizada y con plazos pre definidos para ambas partes, sin sobre regular al sector tal que afecte su desarrollo.

Lo anterior es así, toda vez que las modificaciones acerca de lo que debe contener la OPI toma en cuenta proteger la infraestructura del AEPR de posibles afectaciones físicas derivados del uso de la infraestructura, así como los intereses de los Concesionarios Solicitantes, pues al ser el mismo AEPR quien presente la propuesta de la OPI, podrá considerar información pertinente, sin embargo al presentarlo al Instituto y sea este quien determine posibles cambios o ajustes a la OPI final, se tendrá la certeza de que ninguna propuesta represente una barrera a la entrada.

En relación con las tarifas, si bien existe una capacidad de negociación mayor por parte del AEPR, también es cierto que las partes interesadas pueden definir las tarifas que les sean convenientes a ambos. De no existir un acuerdo, los concesionarios interesados en adquirir el servicio de Infraestructura pueden acudir al Instituto para que sea el intermediario y pueda definir la tarifa, con base en costos, para ambas partes.

Por último, se observa que existe una asimetría en la carga regulatoria entre las medidas aplicables vigentes entre Grupo Televisa y las Afiliadas independientes. Por ello, se homologan ambos marcos regulatorios con la finalidad de evitar estas asimetrías. Conforme lo señalado anteriormente, las asimetrías observadas no se basan en condiciones de mercado, ya que las afiliadas no cuentan con poder de mercado que requiera un mayor y más estricto control.

Valoración de pruebas.

Pericial en Radiodifusión y Telecomunicaciones.

CUESTIÓN PREVIA

Previo a valorar sobre las respuestas al cuestionario provistas por el perito de GTV-Televisa en materia de radiodifusión y telecomunicaciones, es importante señalar que para que una prueba pericial pueda cumplir su objetivo, las preguntas del cuestionario deben tener relación con el proyecto de medidas impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión y ser tales que sus respuestas permitan a este Pleno del Instituto contar con explicaciones necesarias propias de los hechos que se pretenden probar.

En esa virtud, se estima que el objeto de las preguntas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10 de la pericial en materia de radiodifusión y telecomunicaciones no se encuentra relacionado con la modificación de las medidas referentes con la compartición de infraestructura; y con la oferta de canales de programación propuesta por este Instituto, aun cuando la prueba es valorada, el alcance probatorio de la pericial no es suficiente para desvirtuar la medida propuesta, por lo cual no genera ánimo para demostrar el objeto de esta probanza, en síntesis, se exponen en la tabla que a continuación se detalla.

Tabla 9.

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar el procedimiento que se lleva a cabo para la distribución de canales de programación a concesionarios de radiodifusión y concesionarios de televisión restringida, así como las características y capacidad satelital necesarios para ello, toda vez que:
1. Que explique el perito que es una señal de televisión radiodifundida.	No se asocia específicamente a que modificación de las medidas pretende refutar, en su objeto de la prueba lo describe de forma genérica.
2. Que explique el perito que es un canal de programación.	No se asocia específicamente a que modificación de las medidas pretende refutar, en su objeto de la prueba lo describe de forma genérica.
3. Que explique el perito qué se entiende por transmisión vía satélite de una señal de televisión radiodifundida.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.
4. Que explique el perito cómo se lleva a cabo el proceso de transmisión vía satélite de una señal de televisión radiodifundida y que infraestructura requiere.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar el procedimiento que se lleva a cabo para la distribución de canales de programación a concesionarios de radiodifusión y concesionarios de televisión restringida, así como las características y capacidad satelital necesarios para ello, toda vez que:
5. Que explique el perito qué es la tasa de transferencia para transmitir una señal de televisión radiodifundida vía satélite y cuáles son las tasas que normalmente se utilizan.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.
6. Que indique el perito cuántas señales de televisión radiodifundida se pueden retransmitir en un transpondedor, especificando, cuántas señales en definición estándar y cuántas en alta definición.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.
7. Que diga el perito cuántas señales con contenido programático denominado “Las Estrellas”, “Foro TV”, “Canal 5” y “Nu9ve” son radiodifundidas a lo largo de la República Mexicana y excluyendo aquellas radiodifundidas dentro del área de servicio de la Ciudad de México.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.
8. Que explique el perito la tecnología por medio de la cual ofrece a los interesados la “Oferta de canales de programación” Grupo Televisa.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.
9. Que indique el perito que canales de programación radiodifundidos ofrece Grupo Televisa en la “Oferta de canales de programación” a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o terceros.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar el procedimiento que se lleva a cabo para la distribución de canales de programación a concesionarios de radiodifusión y concesionarios de televisión restringida, así como las características y capacidad satelital necesarios para ello, toda vez que:
10. Que explique el perito que implicaciones técnicas y económicas respecto al equipamiento y capacidad satelital que se requerirían para proporcionar la “Oferta de canales de programación” de forma desagregada a nivel localidad en todo el país.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.

Dictamen pericial en materia de Radiodifusión y Telecomunicaciones, presentado en la oficialía de partes del Instituto el día 24 de noviembre de 2023, registrado con número de folio 031035, rendido por [Nombre de persona física], perito en Radiodifusión y Telecomunicaciones designado por GTV-Televisa.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona: La presente probanza se relaciona con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, (VII) **Medidas relacionadas con la compartición de infraestructura;** y (IX) **Medida relacionada con la oferta de canales de programación.**

Objeto de la prueba: acreditar el procedimiento que se lleva a cabo para la distribución de canales de programación a concesionarios de radiodifusión y concesionarios de televisión restringida, así como las características y capacidad satelital necesarios para ello.

Por lo que hace a la pregunta contenida en el numeral “1”, la cual señala:

1. Que explique el perito qué es una señal de televisión radiodifundida.

Repuesta del perito:

Señal es la “variación de una corriente eléctrica u otra magnitud que se utiliza para transmitir información”.

Por otra parte, Televisión es el “Sistema de telecomunicación que permite la transmisión de imágenes no permanentes de objetos fijos o móviles”.

En este sentido, la señal de televisión es la variación de una corriente eléctrica u otra magnitud, para poder transmitir información de imágenes no permanentes (video acompañado de audio asociado) a distancia.

Cabe mencionar, que existen diferentes estándares desarrollados en el mundo con sus características particulares para la transmisión de señales de televisión. En cuanto a la transmisión de señales de televisión analógica, se tienen diversos estándares de transmisión entre los que se encuentran el NTSC (en español Comité Nacional de Sistema de Televisión), PAL (en español Línea de Fase Alternada) y SECAM (En español Color Secuencial con Memoria), los cuales se continúan utilizando en los países que no han transitado a la TDT (Televisión Digital terrestre).

Asimismo, con la transición de la televisión analógica a la digital, se desarrollaron nuevos estándares tales como el ATSC (en español Comité de Sistemas de Televisión Avanzada), DVB (en español Radiodifusión de Video Digital) e ISDB (Radiodifusión Digital de Servicios Integrados), en los cuales el procesamiento de la señal cambia radicalmente y por lo tanto, ya no se requiere de la transmisión de las señales portadoras de la información de video, audio y color como en el caso de los sistemas analógico, y en su lugar se transmite una sola portadora que contiene un *Bitstream* (en español Flujo de bits), que contiene información, que para el caso de servicio de televisión, pueden ser una o varios contenidos programáticos e información adicional.

Es de precisar, que en el caso del estándar ATSC adoptado en nuestro país para el servicio de radiodifusión Televisión Digital Terrestre (TDT), el canal de transmisión tiene un ancho de banda de 6 MHz.

Por otra parte, es importante diferenciar entre señal de televisión y contenido programático. Como ya se mencionó, señal es la “variación de una corriente eléctrica u otra magnitud que se utiliza para transmitir información en un canal”; mientras que el contenido es el “video y audio asociado de imágenes no permanentes de objetos fijos o móviles”.

Consideraciones del Instituto:

En virtud de la pregunta y, en consecuencia, de la respuesta presentada por el perito, lo señalado en la respuesta no aporta elementos suficientes para refutar lo señalado en el Oficio de Inicio, en virtud de que no aporta información que contraría lo señalado por el Instituto, pues el perito describe conceptos que ya se encuentran definidos en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, particularmente el perito señaló que el concepto de “Señal” fue tomado de la Real Academia Española (RAE) mientras que el de “Televisión” fue tomado del Reglamento de Radiocomunicaciones de la UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones).

Ahora bien, como se mencionó anteriormente, la respuesta del perito, tanto a lo que se refiere a la definición de televisión como los demás señalamientos incluidos, no aportan elementos necesarios para refutar lo señalado en el Oficio de Inicio, ya que dicha

información no está directamente relacionada con la modificación a la medida, por lo que no se advierte que es lo que la respuesta pretende alegar.

En relación con la pregunta número “2”, menciona:

Respuesta del perito:

2. Que explique el perito qué es un canal de programación.

Un Canal de Programación es una “Organización secuencial en el tiempo de contenidos audiovisuales, puesta a disposición de la audiencia, bajo la responsabilidad de una misma persona, dotada de identidad e imagen propias y que es susceptible de distribuirse a través de un Canal de Transmisión”.

En este sentido, son los contenidos programáticos de audio o audio y video asociado difundidos por medio de un canal de transmisión en las bandas de frecuencias atribuidas al servicio de radiodifusión.

Cabe señalar que, la Resolución de Preponderancia identificada con el número P/IFT/EXT/060314/77, emitida por el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, en su sesión de fecha 6 de marzo de 2014, da la definición y alcance para la interpretación de las condiciones ahí impuestas de canal de programación, que se define como sigue;

“Canal de Programación. Secuencia continua de programación de audio y video asociado cuyo contenido sea radiodifundido o coincida en más de un 50% con el radiodifundido entre las 6 y las 24 horas en el mismo día”

Resolución que tuve a la vista y consulté en el portal de ese Instituto. En la siguiente línea electrónica https://www.ift.org.mx/sites/default/files/p_ift_ext_060314_77.pdf

Consideraciones del Instituto:

La respuesta del perito se basa en una definición del propio Instituto establecida en las medidas de preponderancia. Sin embargo, si bien es cierto que el dictamen pericial menciona que tiene relación con los argumentos realizados por GTV-Televisa al Oficio de Inicio, lo cierto es que no se especifica la relación que tienen tanto la pregunta como la respuesta del perito a la modificación de las medidas establecidas notificadas al AEPR, por lo que no aporta elementos que sean útiles para refutar lo señalado en el Oficio de Inicio.

La pregunta del numeral “3” señala:

3. Que explique el perito qué se entiende por transmisión vía satélite de una señal de televisión radiodifundida.

Respuesta del perito:

Se entiende por transmisión vía satélite de una señal de televisión, a la transmisión punto a multipunto de una señal de televisión en bandas de frecuencias atribuidas a dicho servicio

por medio de un satélite geoestacionario a extensas zonas de cobertura a niveles regional, nacional, continental o intercontinental.

Consideraciones del Instituto:

Se considera que la respuesta del perito únicamente señala lo que él mismo entiende como la definición del concepto que se le indicó explicar, dado que, en su dictamen, el perito no incluye fuentes en esta respuesta específica, además cabe recalcar que el concepto que se le pide explicar al perito no es desconocido para el Instituto.

Ahora bien, cabe señalar que, en el dictamen pericial, tanto esta pregunta realizada al perito, así como su respuesta, no se menciona qué pretende refutar respecto de las modificaciones de las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas en el Oficio de Inicio, dada la generalidad tanto de la pregunta como de la respuesta del perito.

Respecto a la pregunta del “4” menciona:

4. Que explique el perito cómo se lleva a cabo el proceso de transmisión vía satélite de una señal de televisión radiodifundida y qué infraestructura requiere.

Respuesta del perito:

El proceso de transmisión vía satélite de una señal de televisión en forma genérica se lleva a cabo mediante las etapas de transmisión, satelital y de recepción.

La etapa de transmisión está conformada por la estación terrena transmisora en donde básicamente se codifican, comprimen, multiplexan (en el caso de la transmisión de varios canales y su información adicional), modulan y amplifican las señales de los diferentes canales de televisión, los cuales pueden ser para el servicio de radiodifusión y/o para el servicio de televisión restringida. Dichos canales son enviados a un satélite en banda C y/o Ku, por medio de amplificadores de potencia y antenas parabólicas.

La etapa satelital está compuesta por el satélite geoestacionario, en el cual, las señales recibidas de la estación terrena transmisora son procesadas y retransmitidas de regreso a la Tierra por medio de transponders (transmisor/receptor), que se encargan de la recepción. Procesamiento, amplificación y transmisión de las señales a zonas extensas. Es por ello que el satélite se define como transmisor punto multipunto.

Por último, está la etapa de recepción de señales, la cual se lleva a cabo por medio de antenas parabólicas receptoras en banda C y/o Ku, amplificadores de bajo ruido y equipos receptores-decodificadores satelitales, que pueden ser para varios servicios, entre los que se encuentran la recepción DTH (Directa al Hogar), la recepción para la retransmisión de señales en sistemas de televisión restringida y la recepción por parte de otros canales de televisión terrestre, para la retransmisión en zonas diferentes al Área de Servicio del canal de origen.

El proceso anteriormente descrito se observa en la figura 1.



Consideraciones del Instituto:

La respuesta del perito no solo contiene el proceso que se le solicita explicar, sino que además incluye y detalla las etapas de este proceso, así como el esquema del mismo, sin embargo, el proceso de transmisión vía satélite de una señal de televisión radiodifundida, así como la infraestructura que se requiere para llevar a cabo dicho proceso no es desconocido para el Instituto. Sin embargo, dada la generalidad tanto de la pregunta realizada al perito, así como la respuesta de este, no aporta elementos para que sea considerada para refutar las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas que se señalaron en el Oficio de Inicio.

La pregunta contenida en el numeral “5” señala:

5. Que explique el perito qué es la tasa de transferencia para transmitir una señal de televisión radiodifundida vía satélite y cuáles son las tasas que normalmente se utilizan.

Respuesta del perito:

La tasa de transferencia de información es el número de bits que se transmiten por unidad de tiempo a través de un sistema de transmisión digital.

La tasa de transferencia de una señal de televisión varía básicamente en función de la cantidad de información que se requiere transmitir. Resaltando que, a mayor información se requiere de mayor ancho de banda y que la señal de video tiene más información que la señal de audio por el mayor número de componentes que tiene la imagen.

Derivado de lo anterior, la transmisión de la señal de televisión puede tener diversas calidades, entre las que se encuentran la calidad HD (en español Alta Definición) con 1080 líneas de exploración horizontales de la imagen y una tasa de transmisión en banda base de 1.45 Gbps, mientras que para el caso de la calidad SD (Definición estándar) con 480 líneas de exploración horizontales de la imagen y una tasa de transferencia de 270 Mbps.

En este sentido, para poder transmitir la señal de televisión digital en un canal de 6 MHz es necesario reducir la cantidad de información a transmitir, por lo que se utilizan técnicas de compresión de la señal. En el caso de la señal de la imagen, si los cuadros que la componen no sufren cambios continuos, existirá información redundante (por ejemplo, en un noticiero). Debido a esto, existirá información repetitiva que puede ser eliminada, con lo que se podrá reducir la tasa de transferencia. Mientras que, en el caso en los que los cuadros de imagen de la señal de video varíen constantemente (por ejemplo, en un partido de Fútbol), existirá menor información redundante y por lo tanto menos información repetitiva que se puede eliminar para poder comprimir la señal y ocupar menor anchura de banda en su transmisión. En relación con esto, el nivel de compresión no es constante, toda vez que depende entre otros aspectos del tipo de programación del canal que se desee comprimir. Por lo anterior, solo se pueden tener tasas de transmisión promedio.

Cabe mencionar, que los estándares de compresión más utilizados en la actualidad son el MPEG2 y el MPEG4; precisando, que los estándar MPEG4 es más avanzado y eficiente; por tal motivo, es de los más utilizados en la transmisión satelital de señales de televisión.

Por lo que se refiere a la capacidad satelital que ocupa una señal de televisión en un transponder, por lo antes descrito depende del tipo de programación que se desea transmitir, la calidad de la imagen (por ejemplo calidad estándar SD o alta definición HD) y el estándar de compresión utilizado.

A manera de ejemplo, la tasa de transferencia de una señal de televisión digital con calidad HD para el caso del estándar MPEG4 en promedio es de 9 Mbps y ocupa una capacidad del transponder del satélite de 4.5 MHz; mientras que para el caso de una señal SD MPEG2 en promedio tiene una tasa de transferencia de 2.57 Mbps y ocupa una capacidad del transponder del satélite de 2.57 MHz.

Consideraciones del Instituto:

Si bien es cierto que el perito responde a lo que se le solicita, describiendo qué es la tasa de transferencia para transmitir una señal de televisión radiodifundida vía satélite, así como también señalando cuáles son las tasas que normalmente se utilizan, su respuesta no aporta elementos que sean suficientes o que expliquen la relación que existe entre la modificación a las medidas referidas en el Oficio de inicio y la pregunta realizada al perito, pues no señala específicamente que pretende refutar de las medidas modificadas notificadas al AEPR.

La pregunta número 6 menciona:

6. Que indique el perito cuántas señales de televisión radiodifundida se pueden retransmitir en un transpondedor, especificando, cuántas señales en definición estándar y cuántas en alta definición.

Respuesta del perito:

Conforme a las tasas de transferencia descritas en la respuesta a la pregunta 5, en un transponder de 36 MHz se pueden retransmitir en promedio de 8 señales de televisión con calidad HD comprimidas con el estándar MPEG4 y 14 señales con calidad SD comprimidas con el estándar MPEG2.

En virtud de lo anterior, por ejemplo, para el caso de un satélite que cuente con 24 transponders de 36 MHz en banda C, se podrían transmitir en promedio 192 señales con calidad HD o 336 señales con calidad SD en cada satélite, si se dedicara exclusivamente a la transmisión de señales de televisión, lo cual no siempre es posible por la demanda de servicios satelitales.

Consideraciones del Instituto:

A propósito de la respuesta proporcionada por el perito a la pregunta indicada, se considera que la respuesta se refiere a características técnicas de las cuales el Instituto tiene conocimiento, sin embargo, tanto en la pregunta como en la respuesta por parte de perito no se encuentran los elementos suficientes para refutar las modificaciones a las medidas señaladas en el Oficio de Inicio.

La pregunta contenida en el numeral “7” señala:

7. Que diga el perito cuántas señales con contenido programático denominado “Las Estrellas”, “Foro TV”, “Canal 5” y “Nu9ve” son radiodifundidas a lo largo de la República Mexicana y excluyendo aquellas radiodifundidas dentro del área de servicio de la Ciudad de México.

Respuesta del perito:

Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales



En total se transmiten 300 señales de televisión a lo largo de la República Mexicana y excluyendo aquellas radiodifundidas dentro del área de servicio de la Ciudad de México, las cuales tiene que cumplir con sus respectivas pautas de tiempos de estado y de comercialización.

Consideraciones del Instituto:

De acuerdo con la respuesta del perito a la pregunta que le fue realizada, los elementos que se presentan en estas son generales, ni en el mismo dictamen pericial se refiere específicamente a qué medida impuesta al AEPR pretende contribuir, pues solo se

menciona de manera general que la prueba pericial tiene relación con los argumentos realizados por GTV, y pese que menciona que es particularmente al análisis de las modificaciones y adiciones a las medidas impuestas al AEPR así como a las medidas relacionadas con publicidad, como se mencionó anteriormente, tanto la pregunta al perito como su respuesta no aporta lo suficiente para alegar lo presentado en el Oficio de Inicio, pues no es claro qué opinión realizada por GTV-Televisa pretende validar.

La pregunta número 8 menciona:

8. Que explique el perito la tecnología por medio de la cual ofrece a los interesados la “Oferta de canales de programación” Grupo Televisa.

Respuesta del perito:

La “Oferta de canales de programación” de GTV-Televisa a nivel nacional y al continente americano se ofrece por medio de sistemas de transmisión satelital restringidos en banda “C”, mientras que para el continente europeo es en banda KU.

Es responsabilidad de los interesados llevar a cabo el proceso de down link (descarga de la señal) de los canales de programación a través de un decodificador.

Consideraciones del Instituto:

De conformidad con la respuesta del perito a la pregunta que le fue planteada, si bien explica la tecnología utilizada por GTV-Televisa, lo cierto es que no se encuentra relación entre esta y la modificación a las medidas planteadas en el Oficio de Inicio.

Respecto a la pregunta número 9 señala:

9. Que indique el perito que canales de programación radiodifundidos ofrece Grupo Televisa en la “Oferta de canales de programación” a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o terceros.

Respuesta del perito:

En la “Oferta de canales de programación” que ofrece GTV-Televisa a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o tercero ofrece los canales radiodifundidos Canal 2 (Las Estrellas), Canal 4 (Foro TV), Canal 5 y Canal 9 (El nueve).

Consideraciones del Instituto:

En primera instancia, la respuesta del perito a la pregunta que le fue planteada no es desconocida para el Instituto, pues el Instituto tiene conocimiento acerca de los canales de programación radiodifundidos que ofrece GTV-Televisa. En segundo lugar, considerando la asertividad de la respuesta del perito, lo cierto es que no se advierte qué es lo que pretende alegar conforme a lo establecido en el Oficio de Inicio.

La pregunta número 10 menciona:

10. Que explique el perito qué implicaciones técnicas y económicas respecto al equipamiento y capacidad satelital que se requerirían para proporcionar la “Oferta de canales de programación” de forma desagregada a nivel localidad en todo el país.

Respuesta del perito:

Para proporcionar la “Oferta de canales de programación” de forma desagregada a nivel localidad en todo el país, se requeriría incrementar considerablemente la infraestructura y capacidad satelital con la que actualmente cuenta Grupo Televisa, para proporcionar a los interesados los canales de programación con los tiempos de estado y publicidad contratada acorde a una determinada localidad.

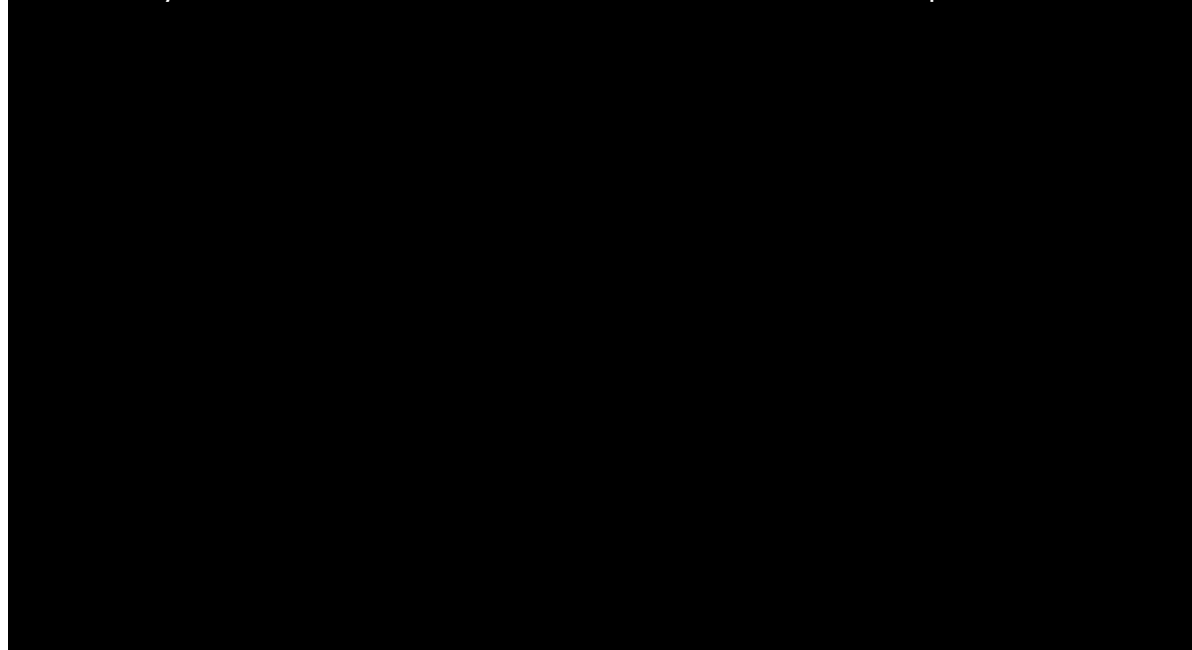
Cabe mencionar, que conforme al Censo Nacional de Población 2020, en los Estados Unidos Mexicanos existen 189,432 localidades. Mientras que existen 2469 municipios y demarcaciones territoriales que conforman los 31 estados y la Ciudad de México.

En este sentido, como ya se mencionó en el desarrollo del presente dictamen técnico-jurídico actualmente Grupo Televisa radiodifunde a nivel nacional 300 señales de canales de programación de sus estaciones principales con sus respectivas pautas de tiempos de estado y comerciales, cuyas señales son enviadas vía satélite desde la Ciudad de México a las estaciones repetidoras en el interior del país.

Desde las instalaciones ubicadas en [REDACTED] Domicilio de la persona moral [REDACTED] se distribuyen vía satélite señales de televisión radiodifundidas de los canales 2, 5, 9 y Foro TV. Se distribuyen 10 tipos de señales de canales radiodifundidos, las cuales son:

1. Canal 2
2. Canal 2 TP
3. Canal 2 TN
4. Canal 5
5. Canal 5 TP
6. Canal 5 TN
7. Canal 9
8. Canal 9 TP
9. Canal 9 TN
10. Canal Foro TV

Hechos y actos de carácter administrativo de la persona moral



Adicionalmente, la “Oferta de canales de programación” como ya se mencionó, se ofrece vía satélite y está compuesta por canales de televisión radiodifundidos y restringidos, que se ofrecen a nivel nacional, así como a los continentes americano y europeo, también desde las instalaciones ubicadas en [REDACTED]

Domicilio de la persona moral

[REDACTED]. Lo que se describe a continuación:

Se distribuyen 44 señales de canales restringidos de Televisa Networks, las cuales se dividen en los siguientes sistemas:

	SISTEMA MEXICO
1	Golden Mx HD
2	De película Mx HD
3	Telehit Mx HD
4	De película MPX HD
5	Estrellas Dif 1 hr. HD
6	Golden MPX HD
7	ASN Delay (-2hrs.) HD
8	TUDN Delay (-2hrs.) HD

	SISTEMA PANREG-1
1	Foro TV Canal 4 HD
2	XHGC Canal 5 HD
3	BITME HD
4	Canal 2 Delay HD
5	Telehit Musica Mx HD
6	Distrito Comedia Mx HD
7	Estrellas Segmentado HD (C2 HD)
8	Canal Nu9ve HD
9	Golden Edge Mx HD

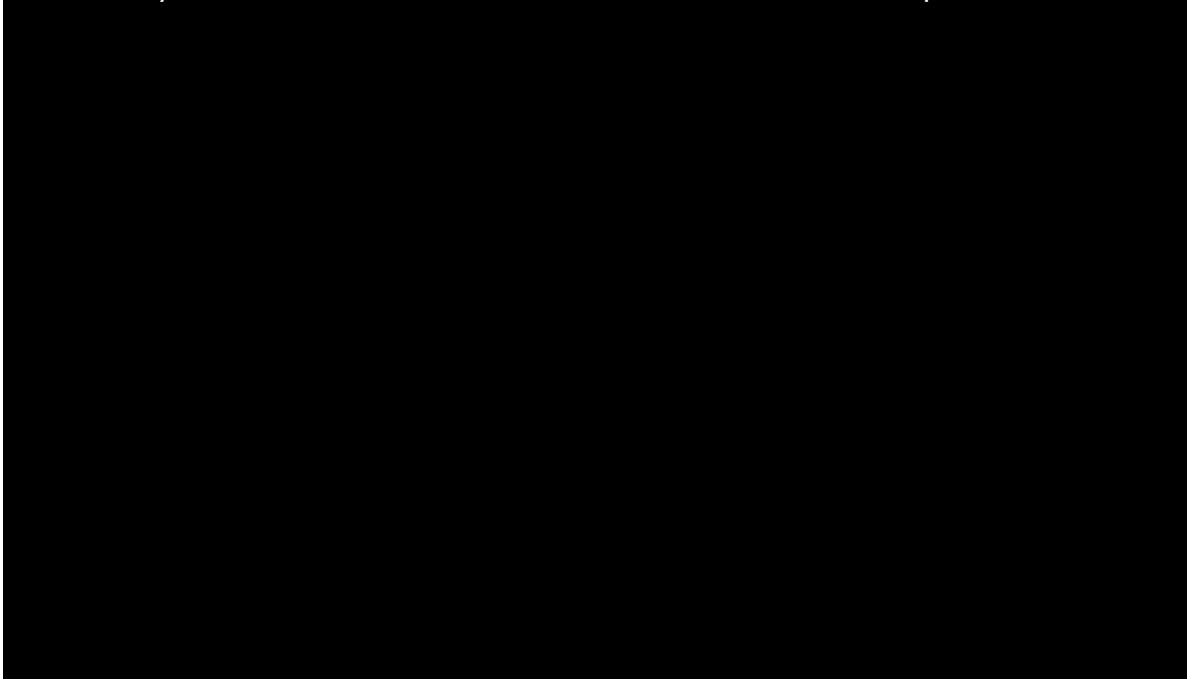
	SISTEMA CONTINENTAL
1	Telehit Plus HD
2	De Pelicula Plus HD
3	TUDN Mx HD
4	Golden Plus HD
5	Adrenalina Sport Network Lat/ MxHD
6	Golden Premier HD
7	Golden Premier -2 Hrs HD
8	Unicable Mx HD
9	Telenovelas Mx HD

10	Bandamax Mx HD

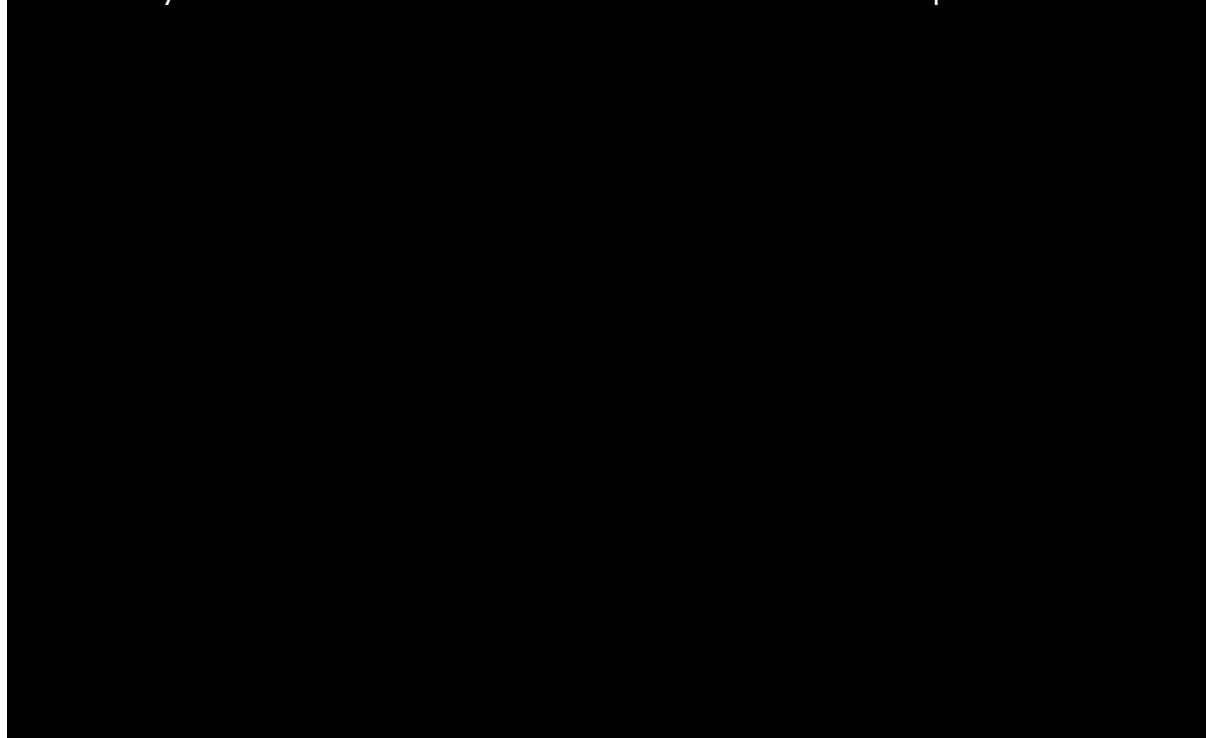
	SISTEMA LATAM
1	Telenovelas Portugues PAL SD
2	Telenovelas DUAL HD
3	De Pelicula Lat HD
4	Telehit Lat HD
5	Golden Edge Lat Hd
6	Distrito Comedia Lat HD
7	Telehit Musica Lat HD
8	Bandamax Lat HD
9	Bitme Lat HD
10	C. Estrellas CA Lat HD
11	Telenovelas HD PAL (Program 24)

	SISTEMA PANREG-2
1	Canal de las Estrellas Lat HD
2	Univision Lat HD
3	TUDN Centro HD
4	Telenovelas Centro HD
5	Golden lat HD
6	Telenovelas Hisp HD

Hechos y actos de carácter administrativo de la persona moral



Hechos y actos de carácter administrativo de la persona moral



Por lo anterior, para ofrecer la “Oferta de canales de programación” de forma desagregada a nivel localidad en todo el país, por el número de localidades con las que cuenta el país (189,432), se requeriría incrementar notablemente la infraestructura y capacidad satelital para distribuir vía satélite las señales de canales de programación radiodifundidos y restringidos que actualmente transmite vía satélite Grupo Televisa.

Cabe mencionar, que por lo que toca a la capacidad satelital, como ya se mencionó en el desarrollo del presente dictamen técnico-jurídico, para el caso de un satélite que cuente con 24 transponders de 36 MHz en banda C, se podrían transmitir en promedio 192 señales con calidad HD o 336 señales con calidad SD en cada satélite, si se dedicara exclusivamente a la transmisión de señales de televisión, lo cual no siempre es posible por la demanda de servicios satelitales.

Por lo que toca al impacto económico, a manera de ejemplo, a continuación, se muestra el equipamiento y costo, para la distribución vía satélite de los canales de televisión radiodifundida de Grupo Televisa, con lo que se puede dimensionar el impacto que tendría el adoptar una medida de esta naturaleza:

- Para la distribución satelital de señales radiodifundidas.

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

Consideraciones del Instituto:

Si bien el perito señala las implicaciones económicas y técnicas respecto a la distribución de canales de programación desagregada por localidad, dicha información no está relacionada con el objetivo de la medida propuesta, ya que la modificación es únicamente en caso de que así lo solicite algún interesado y para localidades específicamente solicitadas ya que, el AEPR debe ofrecer sus canales bajo las mismas condiciones a las que el mismo utiliza para sus integrantes, por lo tanto, no se advierte que es lo que se busca refutar de la propuesta. Asimismo, como se ha señalado anteriormente, se reitera que las medidas de Contenidos buscan evitar afectaciones al proceso de competencia, buscando impedir la realización de posibles conductas excluyentes hacia otros competidores, derivadas del riesgo que constituye la existencia de un agente económico preponderante.

En relación con las manifestaciones transcritas previamente, el Instituto expone lo siguiente:

Al respecto de los argumentos por parte de Grupo Televisa referente a que no se justifica la calificación de bajo impacto de las Medidas, y por ende tampoco se justifica una adición a las Medidas de compartición de infraestructura, por basarse en suposiciones, cabe mencionar que resulta errónea la apreciación que realiza GTV-Televisa en relación con la presunta violación al principio de **seguridad jurídica**, con motivo de las modificaciones y adiciones a las Medidas de compartición de infraestructura impuestas al AEPR hechas por este Instituto.

Se estima infundada dicha manifestación pues como ya se mencionó, la actuación del Instituto no atiende a suposiciones, si no que se trata de un ejercicio de análisis exhaustivo para identificar las medidas que no están cumpliendo con su propósito y estar en posibilidad de corregir tal situación, además de que no debe pasarse por alto que tal y como se desprende de la lectura al contenido del oficio de inicio de procedimiento, que todas las

actuaciones llevadas a cabo por este Instituto encuentran su fundamento en las facultades regulatorias que le han sido conferidas al Instituto, las cuales se encuentran contenidas en los artículos 28, párrafo décimo quinto, y décimo sexto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 7 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, así como el artículo octavo transitorio, fracción III del Decreto Constitucional mediante el cual se creó el Instituto Federal de Telecomunicaciones, la Trigésima de la Resolución de Preponderancia emitida por este mismo órgano autónomo y de manera específica en el caso que nos ocupa las prerrogativas precisadas en el artículo 266 de la LFTR.

En ese sentido, en estricto cumplimiento a lo decretado por la referida medida Trigésima de las Medidas de Radiodifusión, el Instituto ha realizado una evaluación del impacto de las medidas en términos de competencia impuestas al AEPR, a efecto de que, en su caso, se supriman o modifiquen dichas medidas, o en su caso, establecer nuevas, las cuales pueden incluir la separación estructural, la funcional y/o la desincorporación de activos del AEPR.

En esa misma tesitura, cabe resaltar lo estipulado por la fracción VII del artículo 266 de la LFTR, que a la letra señala lo siguiente:

Artículo 266. *En lo que respecta al sector de radiodifusión el Instituto podrá imponer las siguientes medidas al agente económico preponderante:*

VII. *Permitir a los concesionarios de radiodifusión el acceso y uso de su infraestructura pasiva bajo cualquier título legal, sobre bases no discriminatorias y sin sujetarlo a la adquisición de otros bienes y servicios. Los concesionarios que cuenten con 12 MHz o más de espectro radioeléctrico en la localidad de que se trate, no podrán acceder a la compartición de infraestructura referida en esta fracción;*

A la luz de lo anterior, es claro que la propia Ley de la materia es la que dota a este Instituto de las facultades regulatorias correspondientes para el cumplimiento de sus objetivos, y más aún, estas actuaciones forman parte del modelo de Estado Regulador, entendiéndose este como un modelo de intervención del Estado en la economía, que, a partir de la reconocida insuficiencia del mercado para garantizar la justa distribución del ingreso y la adecuada eficiencia en la asignación de los recursos, procura, precisamente, rectificar los fallos o errores de este y lograr la justicia y eficiencia en los aspectos indicados, mediante la interferencia pública en las opciones abiertas a los sujetos económicos ¹³⁴, también aproximándonos a dicho concepto la tesis jurisprudencial con número de Registro digital: 2010881, emitida por el Pleno de la Suprema Corte de la Nación, Décima Época Materias

¹³⁴ Comadira, Julio Rodolfo. *Servicios públicos y regulación económica en la Argentina. [En línea] en Estudios en Homenaje a don Jorge Fernández Ruiz* (Coord. David Cienfuegos Salgado y Miguel Alejandro Lipez Olvera), UNAM, México, 2005, P 136, (consultado el 8 de enero de 2024).

Constitucional, Tesis: P./J. 46/2015 (10a.), Fuente: Gaceta del Semanario Judicial de la Federación. Libro 26, enero de 2016, Tomo I, página 339, cuyo texto y rubro se transcriben:

ESTADO REGULADOR. EL MODELO CONSTITUCIONAL LO ADOPTA AL CREAR A ÓRGANOS AUTÓNOMOS EN EL ARTÍCULO 28 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.

De la exposición de las razones del Constituyente Permanente en relación con la reforma constitucional publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2013, se observa que el modelo constitucional adopta en su artículo 28 la concepción del Estado Regulador, entendido como el modelo de diseño estatal insertado para atender necesidades muy específicas de la sociedad postindustrial (suscitadas por el funcionamiento de mercados complejos), mediante la creación de ciertas agencias independientes -de los órganos políticos y de los entes regulados- para depositar en éstas la regulación de ciertas cuestiones especializadas sobre la base de disciplinas o racionalidades técnicas. Este modelo de Estado Regulador, por regla general, exige la convivencia de dos fines: la existencia eficiente de mercados, al mismo tiempo que la consecución de condiciones equitativas que permitan el disfrute más amplio de todo el catálogo de derechos humanos con jerarquía constitucional. Ahora, la idea básica del Estado Regulador, busca preservar el principio de división de poderes y la cláusula democrática e innovar en la ingeniería constitucional para insertar en órganos autónomos competencias cuasi legislativas, cuasi jurisdiccionales y cuasi ejecutivas suficientes para regular ciertos sectores especializados de interés nacional; de ahí que a estos órganos se les otorguen funciones regulatorias diferenciadas de las legislativas, propias del Congreso de la Unión, y de las reglamentarias, concedidas al Ejecutivo a través del artículo 89, fracción I, constitucional. Este diseño descansa en la premisa de que esos órganos, por su autonomía y aptitud técnica, son aptos para producir normas en contextos de diálogos técnicos, de difícil acceso para el proceso legislativo, a las que puede dar seguimiento a corto plazo para adaptarlas cuando así se requiera, las cuales constituyen reglas indispensables para lograr que ciertos mercados y sectores alcancen resultados óptimos irrealizables bajo la ley de la oferta y la demanda. Pues bien, al introducirse el modelo de Estado Regulador en la Constitución, se apuntala un nuevo parámetro de control para evaluar la validez de los actos y normas de los órganos constitucionales autónomos, quienes tienen el encargo institucional de regular técnicamente ciertos mercados o sectores de manera independiente únicamente por referencia a racionalidades técnicas especializadas, al gozar de una nómina propia de facultades regulatorias, cuyo fundamento ya no se encuentra en la ley ni se condiciona a lo que dispongan los Poderes clásicos.

Luego entonces, es inconcuso el hecho de que las actuaciones llevadas a cabo por este Instituto tienen como base las facultades regulatorias y se encuentran estrictamente apegadas a derecho, pues como se ha visto, sus actuaciones devienen de las prerrogativas regulatorias, tales como el ordenar medidas para la eliminación de barreras a la competencia y la libre concurrencia; regular el acceso a los insumos esenciales, y ordenar la desincorporación de activos, derechos, partes sociales o acciones de los agentes económicos y para la regulación promoción y suspensión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones.

En esas condiciones, es dable afirmar que la conducta desplegada por este Instituto y sus funciones regulatorias se encuentran en estricta observancia al principio de seguridad jurídica, tutelado mediante de los artículos 14 y 16 constitucionales, por lo que no es atendible el argumento utilizado por GTV-Televisa, respecto de una supuesta falta de seguridad jurídica, refuerza lo anterior la tesis 2a./J. 144/2006 con número de Registro digital: 174094, emitida por la Segunda Sala de la SCJN, Novena Época, Materia: Constitucional, Fuente: Semanario Judicial de la Federación, cuyo rubro y texto se transcriben:

GARANTÍA DE SEGURIDAD JURÍDICA. SUS ALCANCES.

La garantía de seguridad jurídica prevista en el artículo 16 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, no debe entenderse en el sentido de que la ley ha de señalar de manera especial y precisa un procedimiento para regular cada una de las relaciones que se entablen entre las autoridades y los particulares, sino que debe contener los elementos mínimos para hacer valer el derecho del gobernado y para que, sobre este aspecto, la autoridad no incurra en arbitrariedades, lo que explica que existen trámites o relaciones que por su simplicidad o sencillez, no requieren de que la ley pormenore un procedimiento detallado para ejercer el derecho correlativo. Lo anterior corrobora que es innecesario que en todos los supuestos de la ley se deba detallar minuciosamente el procedimiento, cuando éste se encuentra definido de manera sencilla para evidenciar la forma en que debe hacerse valer el derecho por el particular, así como las facultades y obligaciones que le corresponden a la autoridad.

Asimismo, por lo que hace al argumento utilizado por GTV-Televisa relativo a que las adiciones y modificaciones de las Medidas referentes a la compartición de infraestructura propuestas por esta autoridad en materia de Radiodifusión y Telecomunicaciones no encuentra un sustento ni conclusión objetiva que las justifique, y que además este Instituto no se allegó de elementos suficientes para su conclusión.

Sobre el particular las manifestaciones vertidas por GTV-Televisa se consideran infundadas, toda vez que este Instituto sustenta su actuar, no solamente en los fundamentos y motivos antes expuestos, sino también en el dictamen a que hace referencia el artículo 266, fracción XXIV de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, mismo que forma parte de la presente resolución.

Por lo que hace al argumento de cosa juzgada hecho valer por GTV-Televisa, por economía procesal, ténganse aquí por reproducidas como si a la letra se insertasen, en obvio de repeticiones innecesarias las consideraciones realizadas con anterioridad por este Instituto, debiéndose reiterar únicamente que dicha figura no se actualiza en el caso de estudio, resultando infundado dicho razonamiento.

Respecto a que no existen solicitudes del servicio de compartición de infraestructura, como bien lo señala GTV-Televisa en la respuesta al Oficio de inicio, en el Análisis en Materia de Competencia se determinó que hay un bajo impacto bajo en la medida respecto a los propósitos esperados y reconoce que el AEPR no ha recibido solicitudes para la prestación del servicio de compartición de infraestructura y que no se celebraron convenios para dicho fin en términos de la OPI, sin embargo, también señala que de acuerdo con datos del Registro Público de Concesiones del Instituto, se identifica que entre el primer trimestre del 2017 y el cuarto trimestre del 2021 se celebraron 29 (veintinueve) convenios de compartición de infraestructura para la prestación del STR entre concesionarios distintos al AEPR. Además, se advierte que [Nombre de persona moral] fue el solicitante que suscribió la mayor cantidad de convenios de compartición de infraestructura, principalmente con concesionarios del STR público en dicho periodo.¹³⁵

Además, respecto a [Nombre de persona moral], este agente ha señalado que ha enfrentado dificultades para la construcción, instalación e implementación de las estaciones que le fueron concesionadas mediante la Licitación IFT-1, tales como:

- Localizar la ubicación idónea para la instalación y/o emplazamiento de las antenas y plantas transmisoras, tomando en cuenta las condiciones de inseguridad existentes en las zonas de interés.
- Lograr acuerdos y/o convenios con los dueños de los predios, tratándose de sitios nuevos.
- Dificultad para obtener los diversos permisos con los gobiernos y/o municipios, debido a la falta de claridad por parte de las autoridades para el otorgamiento de estos.

Asimismo, en el [redacted]
[redacted] Información derivada de los procesos de toma de decisiones de inversión del titular [redacted]
[redacted]), sin embargo, [redacted]
[redacted], de igual forma, se tiene conocimiento que [Nombre de persona moral] tuvo comunicación y/o acercamiento con [Nombre de persona moral] para solicitar

¹³⁵ Análisis en Materia de Competencia, página 52

información sobre el servicio de coubicación, no obstante, no se concretó la solicitud de prestación de servicios *“debido a las tarifas establecidas para la compartición de infraestructura, las cuales representarían un incremento substancial en los montos de operación de las estaciones”*, por lo tanto, se advierte que, contrario a lo que comenta GTV, el servicio de compartición de infraestructura es un servicio atractivo para los Concesionarios entrantes y, se observa que la infraestructura pasiva del AEPR podría contribuir al despliegue de las estaciones, por ejemplo, de Nombre de persona mora que no han iniciado operaciones, en la medida en que se ajusten a los requerimientos de su proyecto técnico-económico.

De los puntos anteriores, y contrario a lo que señala en su respuesta al Oficio de Inicio, respecto a que la oferta de compartición de infraestructura pasiva del AEPR no resulta el medio idóneo para que otros concesionarios puedan hacer uso de la infraestructura pasiva, se concluye que sí es un servicio solicitado y adquirido, independientemente si es con el AEPR o con un prestador distinto, por lo que los Concesionarios Solicitantes deben contar con la opción de solicitar la infraestructura del AEPR, aun considerando que por causas ajenas al mismo AEPR deciden no celebrar convenios él pero si con otros prestadores del servicio de SPR.

Por otro lado, en relación al argumento en el que se señala que este Instituto debió haberse allegado de medios de prueba tales como periciales, visitas de inspección a los sitios, evaluaciones técnicas, por ejemplo, y no sólo limitarse a basarse en presunciones, se considera pertinente resaltar que el informe conductual emitido por la Unidad de Cumplimiento detalla el comportamiento del AEPR durante el periodo de 2020-2021, el cual se realizó a través del análisis de los resultados arrojados en las actividades de supervisión y verificación, considerando visitas técnicas y revisión del SEG, así como de la información que se encuentra en el Instituto e información documental solicitada al AEPR y remitida por este.

Respecto a lo señalado de que no hay solicitudes para la prestación del servicio de compartición de infraestructura pasiva debido a que se está sobre regulando, es contrario a lo que se busca en la propuesta de modificación de las medidas, ya que no se está adicionando ningún servicio, por el contrario, la propuesta de modificación busca sintetizar y exponer de forma clara y precisa la información que debe estar contenida en el SEG, dicha información ya se encuentra publicada por el AEPR en la Oferta de Referencia, por lo que no resultaría en cargas adicionales para Grupo Televisa, únicamente se busca evitar confusiones y hacer más eficiente la prestación de dicho servicio, evitando ambigüedades y confusiones sobre qué y cómo solicitarlo.

Con respecto a que las modificaciones y adiciones a las medidas regulatorias que se proponen en el Oficio de Inicio carecen de una debida motivación, en virtud de que el Instituto pretende imponer cargas desproporcionales e irracionales derivadas del comportamiento de terceros ajenos al AEPR, es contrario a lo que busca el Instituto al

modificar las medidas, por lo que a continuación se enlistan los objetivos que persigue la modificación:

- 1) ajustar la redacción de las medidas para que, de manera general, se describan los procesos, procedimientos y plazos para la prestación del servicio y así evitar inconsistencias innecesarias entre las medidas y otros instrumentos regulatorios,
- 2) establecer plazos para el cumplimiento de las obligaciones, toda vez que, al estar contenida una obligación, pero no exponer un plazo para cumplir dicha obligación, se torna en una problemática para entender en qué momento se daría cumplimiento a lo establecido.
- 3) brindar flexibilidad al momento de la integración de la OPI (máxime que está ya incluye algunos procesos no señalados en las medidas asimétricas como, por ejemplo, el Procedimiento para el Acceso Programado, Acceso de Emergencia o Acceso No Programado o el Procedimiento de Seguridad del SEG).
- 4) Facilitar las labores de supervisión y verificación del Instituto, al establecer plazos de cumplimiento se dota de certeza jurídica al AEPR, a los Concesionarios Solicitantes y al Instituto para llevar a cabo las labores de supervisión y verificación.

Por su parte, como se ha señalado en la presente resolución, en la propuesta de modificación a la medida CUARTA referente a las obligaciones de la OPI, no se está añadiendo un nuevo servicio, lo cual no genera cargas adicionales para el AEPR, únicamente se está modificando la medida para dar claridad y certeza jurídica indicando de forma general los elementos que debe contener la OPI, así como el detalle de todos aquellos servicios necesarios para implementar la medida.

Ahora bien, referente a la manifestación realizada por Grupo Televisa acerca de que las medidas de compartición de infraestructura deben ser eliminadas por su falta de efectividad imputable al mercado, el Instituto señala que contar con regulación específica referente a la imposición de medidas para asegurar la prestación del servicio de compartición de infraestructura es un elemento importante para fomentar la competencia en el mercado de la radiodifusión, ya que, de lo contrario, se caería en prácticas anticompetitivas tendientes a monopolizar el mercado, como por ejemplo, que aquellos interesados en entrar a este mercado, se vean imposibilitados por las altas tarifas para solicitar el servicio de compartición de infraestructura, por los altos costos para instalar su propia infraestructura, las diversas problemáticas para tramitar los permisos ante la autoridad correspondiente, etc., lo cual representa una barrera a la entrada para el servicio de televisión radiodifundida y termina repercutiendo en la competencia del sector. La regulación que se ha implementado en México ha sido importante para determinar el futuro de la radiodifusión, ya que, si no se cuenta con un esquema regulatorio que obligue a compartir la infraestructura disponible, es posible que nunca se alcancen niveles de competencia en la provisión de estos servicios.

En este orden de ideas, el hecho de que, hasta el momento, no haya alguna solicitud para prestar el servicio de compartición de infraestructura pasiva con el AEPR, no implica que se deben eliminar las medidas referentes a compartición de infraestructura, ni tampoco que el hacer la modificación a la medida se genere una afectación de sobre-regulación al AEPR, ya que, como se señaló en el apartado anterior, se tiene registro de 29 contratos firmados con agentes ajenos al AEPR, lo que indica que es un servicio demandado y, por lo tanto, no debe ser eliminado, sino que se debe observar la forma de mejorar su prestación para hacerlo más eficiente ante las posibles solicitudes buscando hacerlo más atractivo y eliminando ambigüedades en la información solicitada.

De igual forma, se tiene conocimiento de que ha habido acercamientos con los integrantes del AEPR, para preguntar por el servicio de compartición de infraestructura, por lo que resulta evidente que el hecho de que no se hayan concretado solicitudes para la prestación del servicio con el AEPR debe considerarse para identificar las áreas de oportunidad y de mejora y, para realizar los ajustes necesarios con la finalidad de que sea un servicio funcional para los Concesionarios Solicitantes en beneficio de los usuarios finales y las audiencias.

Si bien es cierto que las licitaciones han permitido la entrada de nuevos competidores nacionales y regionales y que, hasta el momento, teniendo la oferta de compartición de infraestructura pasiva del AEPR a su alcance, no han solicitado el servicio, esto no implica que el Instituto se deshaga de una herramienta que busca reducir los costos de los Concesionarios Solicitantes y aumentar la expansión del servicio en beneficio de la competencia.

En ese sentido, dado que las medidas están mandatadas desde 2014, su modificación no genera una carga administrativa adicional para Grupo Televisa, toda vez que tienen como finalidad el mejorar el procedimiento para solicitar el servicio, estableciendo en la OPI todos los elementos que se necesitarían en caso de que hubiese algún interesado en el servicio, considerando también que al establecerse en la OPI la información que contendrá el SEG, los Concesionarios Solicitantes podrán tener mayor conocimiento acerca del funcionamiento de la plataforma, así como de la información que contiene para los propósitos de la prestación de los servicios.

Respecto a la manifestación de Grupo Televisa acerca de que las tarifas deberán limitarse a que éstas se puedan acordar entre las partes y únicamente en caso de desacuerdo aplicar tarifas con base en una metodología de costos incrementales promedio a largo plazo, cabe señalar que existe una diferencia asimétrica de poder de negociación entre el AEPR y un Concesionario Solicitante, sin embargo el Instituto considera pertinente que sean las partes interesadas quienes negocien las tarifas para la contratación del servicio. Sin embargo, en caso de no existir un acuerdo, las partes tendrán la posibilidad y libertad para acercarse al Instituto y que sea el quien determine las tarifas justas para ambas partes por medio de una metodología de costos incrementales.

Por lo anterior la medida CUARTA BIS, queda de la siguiente manera:

CUARTA BIS. Las tarifas aplicables a los servicios para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva se negociarán entre el Agente Económico Preponderante y el Concesionario Solicitante. Transcurridos 60 días naturales contados a partir del inicio de las negociaciones sin que las partes hayan celebrado un acuerdo, o antes si así lo solicitan cualquiera de las partes, el Instituto determinará las tarifas mediante una metodología de costos incrementales promedio de largo plazo, y demás condiciones que no hayan podido convenirse.

Las tarifas de los servicios para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva deberán ofrecerse en términos no discriminatorios.

Las tarifas negociadas entre las partes o determinadas por el Instituto serán consideradas de carácter público.

Por último, la manifestación de Grupo Televisa referente a que es desproporcionada la carga administrativa que implicaría la actualización del SEG a más tardar el día 10 de cada mes calendario, es importante señalar que no se advierte que la medida genere una carga adicional, toda vez que en las Medida Séptima, Novena y Décima, ya se encuentra implementado el sistema electrónico de gestión (SEG), por lo que, el objetivo de la modificación de la medida es eliminar posibles inconsistencias entre los servicios y la información que se muestra en el SEG, así como eficientar la forma en que se muestra la información para que los Concesionarios Solicitantes cuenten con la información actualizada y correcta de las instalaciones del AEPR, con el nivel de detalle y especificaciones adecuadas que les permitan planificar la factibilidad de hacer uso del servicio de compartición de infraestructura, y que a su vez, esta información pueda ser consultada en cualquier momento a través del SEG.

Con lo anterior se pretende dar certeza y seguridad al Concesionario Solicitante de que la información es real y fidedigna, lo que genera mayor eficacia al proceso de compartición de infraestructura. Asimismo, se reitera que lo único que se tiene que atender con esta modificación es que la información publicada sea la más actualizada dando la certeza de que no hay modificaciones.

Respecto a la adición del término mensual y con fecha definida para la actualización del SEG, no es una carga excesiva para Grupo Televisa, ya que la Medida Novena tanto de la Resolución de Preponderancia como de la Resolución Bienal 2017, señala:

“NOVENA.- El Agente Económico Preponderante deberá poner a disposición del Instituto y de los Concesionarios Solicitantes, a través del Sistema Electrónico de Gestión, información **permanentemente actualizada de sus instalaciones**. Dicha información deberá contener, al menos, lo siguiente:

[...]"

(énfasis añadido)

De lo anterior se puede concluir, que desde el establecimiento de las medidas se indicó que el AEPR debe presentar información de sus instalaciones permanentemente actualizada, por lo que la modificación consiste en establecer una fecha para facilitar las actividades de supervisión y verificación del Instituto, además de que con la modificación le da certeza jurídica a GTV-Televisa pues una lectura actual a la medida respecto al término “permanentemente” pudiera ser que está actualizada en tiempo real.

Medida final

En razón de lo expuesto, se determina el texto de la medida conforme a lo siguiente:

TERCERA.- El Agente Económico Preponderante deberá permitir a Concesionarios Solicitantes el acceso y uso de la Infraestructura Pasiva que posea bajo cualquier título legal.

Dicha infraestructura deberá estar disponible a los Concesionarios Solicitantes sobre bases no discriminatorias considerando las condiciones ofrecidas a sus propias operaciones. El Agente Económico Preponderante no deberá otorgar el –so o aprovechamiento de dichos bienes con derechos de exclusividad.

CUARTA.- El Agente Económico Preponderante deberá presentar para aprobación del Instituto, a más tardar el 30 de junio del año que corresponda, una propuesta de Oferta Pública de Infraestructura que deberá contener las condiciones aplicables a la compartición de Infraestructura Pasiva necesaria para la prestación del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada, y deberá contener cuando menos lo siguiente:

- Servicios mayoristas establecidos de manera específica, características y condiciones aplicables;
- Información sobre la localización exacta de las instalaciones de la Infraestructura Pasiva necesarias para la eficiente prestación del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada;
- Características técnicas de la Infraestructura a detalle.
- Procesos, procedimientos y plazos para la solicitud y entrega de los servicios, visitas técnicas, conciliación y facturación, reparación de fallas, mantenimiento y gestión de incidencias, y demás actividades necesarias para la eficiente prestación de los servicios mayoristas;
- Parámetros e indicadores de calidad de servicio;

- Información que deberá reflejarse en el Sistema Electrónico de Gestión;
- Normativa técnica necesaria para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva;
- Penas convencionales aplicables y proporcionales al incumplimiento; Normas de seguridad para el acceso a las instalaciones;
- Modelo de convenio para la prestación del servicio de Uso Compartido de Infraestructura Pasiva;

La propuesta que presente el Agente Económico Preponderante deberá reflejar, al menos, condiciones equivalentes a las de la Oferta de Referencia vigente.

La vigencia de la Oferta Pública de Infraestructura será de dos años calendario e iniciará el 1º de enero del año inmediato siguiente a aquel en que se exhiba para autorización la propuesta respectiva.

El Agente Económico Preponderante no podrá establecer condiciones que inhiban la competencia en la prestación de los servicios objeto de la oferta o cualquier otro requisito que no sea necesario para la eficiente prestación del servicio, ni:

- Aplicar condiciones discriminatorias y/o abusivas en la prestación de los servicios, por lo, que deberán ofrecer los mismos términos y condiciones establecidos en la Oferta Pública de Infraestructura a cualquier Concesionario Solicitante que se lo requiera.
- Aplicar términos y condiciones distintos a los establecidos en la Oferta Pública de Infraestructura a sus propias operaciones, de las empresas que pertenezcan a su grupo de interés económico, o las que se encuentren bajo su control o influencia.
- Condicionar la provisión de los servicios a comprar, adquirir, vender o proporcionar otro bien o servicio adicional o diferente de aquel que se solicite
- Sujetar la provisión de los servicios a la condición de no adquirir, vender, comercializar o proporcionar los servicios proporcionados o comercializados por un tercero
- Sujetar la provisión de los servicios a la aceptación de condiciones adicionales o distintas a las establecidas en la Oferta Pública de Infraestructura.

La propuesta de Oferta Pública de Infraestructura se someterá a consulta pública por un periodo de treinta días naturales.

El Instituto requerirá al Agente Económico Preponderante modificar los términos y condiciones de la propuesta de Oferta Pública de Infraestructura cuando no se ajuste a lo establecido en las presentes medidas o a su juicio no ofrezca condiciones que favorezcan la competencia en el sector, a más tardar el 10 de septiembre del año de la presentación de dicha oferta.

El Agente Económico Preponderante deberá presentar nuevamente al Instituto la propuesta de Oferta Pública de Infraestructura, con las modificaciones solicitadas por el Instituto a más tardar el 15 de octubre del año de su presentación.

En caso de que la nueva propuesta de Oferta Pública de Infraestructura no se ajuste a lo establecido en las presentes medidas, el Instituto la modificará en sus términos y condiciones.

En caso de que el Agente Económico Preponderante no presente la propuesta de Oferta Pública de Infraestructura o su modificación en el plazo establecido, el Instituto emitirá las reglas conforme a las cuales deberá prestarse el Uso Compartido de Infraestructura pasiva.

El Agente Económico Preponderante publicará la Oferta Pública de Infraestructura autorizada por el Instituto a más tardar el 30 de noviembre del año de su presentación en su sitio de Internet, y deberá mantenerla en dicho sitio hasta la publicación de una nueva Oferta Pública de Infraestructura. El Instituto publicará la Oferta Pública de Infraestructura en su sitio de Internet.

Lo anterior con independencia de que el Agente Económico Preponderante y el Concesionario Solicitante puedan acordar la firma de convenios con términos y condiciones distintos a lo establecido en la Oferta Pública de Infraestructura, las cuales serán consideradas de carácter público en términos de la legislación aplicable.

CUARTA BIS.- Las tarifas aplicables a los servicios para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva se negociarán entre el Agente Económico Preponderante y el Concesionario Solicitante. Transcurridos 60 días naturales contados a partir del inicio de las negociaciones sin que las partes hayan celebrado un acuerdo, o antes si así lo solicitan cualquiera de las partes, el Instituto determinará las tarifas mediante una metodología de costos incrementales promedio de largo plazo, y demás condiciones que no hayan podido convenirse.

Las tarifas de los servicios para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva deberán ofrecerse en términos no discriminatorios.

Las tarifas negociadas entre las partes o determinadas por el Instituto serán consideradas de carácter público.

QUINTA.- El Agente Económico Preponderante deberá suscribir un convenio, o su modificadorio, con cada Concesionario Solicitante para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva dentro de los 30 días naturales siguientes a la solicitud por escrito del Concesionario Solicitante. Un ejemplar del convenio y/o de su modificadorio deberá remitirse al Instituto dentro de los diez días hábiles posteriores a su celebración para su inscripción en el Registro Público de Telecomunicaciones.

Adicionalmente, el Agente Económico Preponderante deberá notificar a los Concesionarios Solicitantes, a través del Sistema Electrónico de Gestión, dentro de un plazo de cinco días naturales posteriores a su suscripción, que ha firmado un nuevo convenio o su modificadorio, especificando de manera descriptiva los términos y condiciones que, en su caso, se actualicen respecto del modelo de convenio autorizado por el Instituto.

El Agente Económico Preponderante está obligado a otorgar en términos no discriminatorios, dentro de un plazo que no exceda de 30 días naturales, contados a partir de la fecha en que le sea notificada la solicitud de servicios por parte de un Concesionario Solicitante, el acceso inicial a la Infraestructura compartida.

Para la medición del cumplimiento de los plazos de entrega no se considerarán los retrasos atribuibles al Concesionario Solicitante, los retrasos debidos a que existen permisos pendientes de ser otorgados por parte de la autoridad competente, ni aquellos que deriven de caso fortuito o causa de fuerza mayor. En su caso, el Agente Económico Preponderante deberá ofrecer pruebas fehacientes al Concesionario Solicitante o al Instituto, que justifiquen las causas del retraso de que se trate.

SEXTA.- El Agente Económico Preponderante deberá proporcionar al Concesionario Solicitante toda la información que sea necesaria para la debida conciliación y facturación relativa al Uso Compartido de Infraestructura Pasiva, con el nivel suficiente de detalle y desagregación.

SÉPTIMA.- Cuando el Agente Económico Preponderante realice nueva obra civil, que requiera permisos de autoridades federales, estatales o municipales, deberá notificar, a los Concesionarios Solicitantes, previo

al inicio de los trabajos respectivos, a través del Sistema Electrónico de Gestión, con la finalidad de que se pueda solicitar la instalación de su propia infraestructura en dicha obra civil.

El Concesionario Solicitante deberá cubrir al Agente Económico Preponderante los costos proporcionales que sean necesarios para estos efectos, incluyendo el de la gestión administrativa de los proyectos.

Lo anterior sin perjuicio de que la Infraestructura instalada por el Agente Económico Preponderante sea materia del Uso Compartido de Infraestructura Pasiva, en términos de las presentes medidas.

OCTAVA.- El Agente Económico Preponderante y el Concesionario Solicitante se obligan a salvaguardar la Infraestructura compartida.

En caso de que cualquier elemento instalado en la infraestructura compartida esté causando daño o perjuicio a la misma o ponga en peligro la seguridad de las personas o de la propiedad, dicho elemento podrá ser retirado.

En caso de que exista un desacuerdo al respecto, se procederá de conformidad con la Medida Vigésima Sexta.

En tanto el Instituto se pronuncia al respecto, es obligación del Agente Económico Preponderante, así como derecho del Concesionario Solicitante, ofrecer de manera expedita una solución alternativa correctiva que permita la continuidad en la prestación del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada.

NOVENA.- El Agente Económico Preponderante deberá poner a disposición del Instituto y de los Concesionarios Solicitantes, a través del Sistema Electrónico de Gestión, información relativa a sus Instalaciones, de conformidad con las características y nivel de detalle que establezca la Oferta Pública de Infraestructura. La Información deberá estar actualizada en el Sistema Electrónico de Gestión a más tardar el día 10 de cada mes calendario, con corte al último día del mes previo y deberá contener, al menos, lo siguiente:

- Información sobre la localización exacta de las instalaciones: sitios, torres, ductos, postes, registros, y los demás que sean necesarios para la eficiente prestación del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada, incluyendo planos con las rutas de los ductos.
- Características técnicas de la Infraestructura a detalle.

- Capacidad de la Infraestructura total, en uso y disponible a terceros.
- Normas de seguridad para el acceso a las instalaciones.

DÉCIMA.– El Agente Económico Preponderante deberá proporcionar al Instituto y a los Concesionarios Solicitantes, a través del Sistema Electrónico de Gestión, la normativa que contenga los criterios técnicos para la utilización y acceso a la Infraestructura que se pone a disposición de otros concesionarios, así como para la instalación de cables y de otros elementos que sean necesarios para, la eficiente prestación del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada.

DÉCIMA PRIMERA.– El Agente Económico Preponderante deberá poner a disposición de los Concesionarios Solicitantes los procedimientos para:

- La solicitud de servicios de Uso Compartido de Infraestructura Pasiva.
- La realización de Visitas Técnicas.
- La solicitud de información de elementos de infraestructura.
- La instalación de infraestructura.
- La reparación de fallas y gestión de incidencias.
- El acondicionamiento de infraestructura.
- Los que sean necesarios para la eficiente prestación del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada.

Los procedimientos formarán parte de la Oferta Pública de Infraestructura.

DÉCIMA SEGUNDA.– El Agente Económico Preponderante deberá proporcionar los servicios para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva en condiciones satisfactorias de calidad. Para tal efecto señalará los siguientes parámetros:

- Plazos de entrega.
- Plazos para la instalación de infraestructura.
- Plazos de reparación de fallas y gestión de incidencias.
- Parámetros que sean relevantes para la compartición de infraestructura.
- Plazos para la realización de Visitas Técnicas.

- Indicadores de calidad.

Los parámetros de calidad formarán parte de la Oferta Pública de Infraestructura.

DÉCIMA TERCERA.- El Agente Económico Preponderante deberá permitir a los Concesionarios Solicitantes la Visita Técnica, en los términos y condiciones que el Instituto autorice en la Oferta Pública de Infraestructura.

DÉCIMA CUARTA.- En el caso de que una vez realizada una Visita Técnica se observe que el acceso a la Infraestructura del Agente Económico Preponderante es posible sólo mediante adecuaciones o la realización de trabajos adicionales para el acondicionamiento de la Infraestructura, el Agente Económico Preponderante deberá permitir al o los Concesionarios Solicitantes que los lleve a cabo o realizar dicho acondicionamiento a requerimiento del Concesionario Solicitante con cargo a éste. Las mejoras derivadas del acondicionamiento de la Infraestructura pasarán a formar parte de la propiedad del Agente Económico Preponderante, a menos que los concesionarios acuerden lo contrario.

DÉCIMA QUINTA.- El Agente Económico Preponderante deberá contar con un procedimiento para la recuperación de espacio, cuando exista una situación de saturación de las infraestructuras compartidas que sea causada por la existencia de ocupación ineficiente de espacio.

Para tal efecto, el Agente Económico Preponderante deberá realizar las actuaciones requeridas con la máxima diligencia, cuando sea técnicamente viable, facilitando de forma previa a los trabajos de extracción o reagrupación el presupuesto debidamente justificado para su aprobación por el Concesionario Solicitante.

El Concesionario Solicitante deberá cubrir al Agente Económico Preponderante los costos que sean necesarios para estos efectos

DÉCIMA SEXTA.- SUPRIMIDA

DÉCIMA SÉPTIMA.- El Agente Económico Preponderante deberá atender las solicitudes para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva de la misma forma en que atiende las solicitudes para su propia operación, y para sus afiliadas, filiales, subsidiarias o empresas que pertenezcan al mismo grupo de interés económico.

Medida relacionada con la adquisición de contenido audiovisual relevante

En el Oficio de Inicio de Procedimiento, se notificó a los integrantes del AEPR la modificación al primer párrafo y la adición de los párrafos segundo y tercero de la Medida Décima Octava, en los siguientes términos:

“DÉCIMA OCTAVA.- Ningún integrante del Agente Económico Preponderante podrá adquirir, directamente a través de filiales, subsidiarias y afiliadas propias o de participación mayoritaria, derechos para transmitir en exclusiva, a través de televisión radiodifundida en cualquier lugar del territorio nacional, Contenidos Audiovisuales Relevantes, o realizar conductas con efectos similares.

En caso de que algún organismo o entidad ofrezca los derechos de transmisión de Contenidos Audiovisuales Relevantes en exclusiva o que dichos derechos estén disponibles para un solo agente en territorio nacional, el Agente Económico Preponderante, directamente o a través de subsidiarias y afiliadas propias o de participación mayoritaria que se encuentren bajo su control o influencia, sí podrá adquirir y mantener dichos derechos para ser transmitidos a través de televisión radiodifundida, solo si adquiere el derecho a sublicenciarlos a otros prestadores del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada, así como a terceros que sin ser concesionarios presten el servicio a través de un canal de programación en multiprogramación de conformidad con los Lineamientos Generales para el Acceso a la Multiprogramación o aquella disposición que la modifique o sustituya. En estos casos, el Agente Económico Preponderante deberá poner a disposición de estos los derechos para transmitir Contenidos Audiovisuales Relevantes sobre los que este adquiera o tenga derechos de transmisión, en condiciones no discriminatorias y que no inhiban la competencia.

El Agente Económico Preponderante deberá presentar al Instituto, en un plazo no mayor a 10 días hábiles siguientes a su suscripción, los contratos, convenios o cualquier documento que avale el sub-licenciamiento de Contenidos Audiovisuales Relevantes que haya firmado con terceros.”

Manifestaciones de las Afiladas Independientes:

Respecto a la modificación de esta medida, no se presentaron manifestaciones por parte de las Afiliadas Independientes.

GTV-Televisa expuso lo siguiente en sus manifestaciones:

a) La restricción de obligarse a sublicenciar no sólo a otros prestadores del STR concesionada, sino también a terceros que sin ser concesionarios presten el servicio a través de un canal de programación en multiprogramación puede favorecer a otros mercados competidores del AEPR.

Si bien las Medidas de preponderancia se imponen en el sector de radiodifusión, no debe pasar inadvertido para ese Instituto que dicho sector es parte de un mercado mucho más amplio. Derivado de lo anterior, la restricción de obligarse a sublicenciar no sólo a otros prestadores del STR concesionada, sino también a terceros que sin ser concesionarios presten el servicio a través de un canal de programación en multiprogramación puede afectar la posibilidad del AEPR de acceder a cierto contenido y favorecer a otros servicios competidores del AEPR, como son las OTT.

Los Oficios modifican la medida por que reconocen que la prohibición estricta de adquirir derechos de transmisión de CAR en exclusiva impide al AEPR adquirir derechos y ningún otro competidor puede adquirirlos, por lo que la prohibición estricta que establece la medida Décima Octava no atiende el objetivo de dinamizar la competencia en la adquisición de contenidos para el STR y podría generar distorsiones en la provisión de dicho servicio, ya que los competidores del AEPR no podrían acceder a los CAR a través de mecanismos alternativos, como el sublicenciamiento de derechos, si no cuentan con la capacidad económica *“o no cumplen con las condiciones que exigen los dueños de los derechos para adquirirlos en exclusiva”*¹³⁶.

Ese Instituto debe considerar que las principales propiedades deportivas son ofertadas al mercado vía una oferta pública abierta (conocida internacionalmente como “tender”), donde los interesados manifiestan el interés de participar y se obligan en los términos y condiciones establecidos unilateralmente por el dueño de los derechos, firmando un acuerdo de participación que se traduce en un acuerdo obligatorio para el invitado, pero no para el ofertante (incluyendo hasta la entrega de una garantía bancaria). En este proceso cada interesado debe enviar cierta información operativa, financiera, de capacidad financiera, de capacidad de promoción y transmisión de eventos simultáneos, entre otros.

El oferente evalúa las ofertas presentadas por todos los interesados, dentro del plazo establecido para ello por cada territorio, y decide unilateralmente a quien y bajo qué términos otorgara los derechos de transmisión de la propiedad en cuestión.

De lo anterior no queda más que concluir que la adquisición de contenidos exclusivos está al alcance de cualquier participante que cumpla con las condiciones del dueño de los derechos, sin embargo, los interesados no tienen en todos los casos la posibilidad de negociar los términos y condiciones para la adquisición de contenidos.

¹³⁶ Página 30 de los Oficios

Es importante recordar que la adquisición de los diversos contenidos exclusivos es debido a una estrategia comercial para poder ofertar contenidos que nadie más ofrece o nadie más ha ofrecido históricamente en México. Sin embargo, los contenidos exclusivos están siendo gravemente afectados por la distribución ilegal, ya sea del total del contenido o de fragmentos durante su transmisión en vivo, mediante sitios web ilegales y usuarios de redes sociales promoviendo “links” ilegales o mostrando contenido videograbado en sus cuentas personales, esto aunado a la falta de regulación y acciones para el combate de la violación de derechos de propiedad intelectual y derechos adquiridos en la compra de contenidos. Ello acredita a su vez que los OTT son competidores del STR.

Efectivamente, para los adquirentes de contenido la exclusividad sirve muchas veces de sustento a inversiones a largo plazo que ayudan a los productores del contenido a mejorar la calidad de los espectáculos al darles certidumbre de inversión y cobrar un mayor precio por dichos contenidos, en especial de los deportivos. Así, de perderse la exclusividad de los contenidos y ser aprovechados de manera irrestricta por todos los agentes del mercado se perderá calidad de los espectáculos.

Derivado de lo anterior, entre más condiciones se impongan al AEPR para la adquisición de contenidos que sólo se ofrecen en exclusiva, más se limita la posibilidad de que los titulares de los derechos los consideren para otorgarle el derecho de transmisión.

Por lo anterior, solicitamos considerar que el texto de la medida Décima Octava establezca únicamente que en caso de que algún organismo o entidad ofrezca los derechos de transmisión de Contenidos Audiovisuales Relevantes en exclusiva o que dichos derechos estén disponibles para un solo agente en territorio nacional, el Agente Económico Preponderante, sí podrá adquirir y mantener dichos derechos para ser transmitidos a través de televisión radiodifundida, solo si adquiere el derecho a sublicenciarlos a otros prestadores del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada.

b) Se debe limitar la redacción de la medida, en el sentido de que los contratos de sublicenciamiento de CAR que se presenten ante el IFT sean únicamente los celebrados con concesionarios de televisión radiodifundida.

En la medida Décima Octava se propone incluir la obligación de que el AEPR presente al Instituto, en un plazo no mayor a 10 días hábiles siguientes a su suscripción, los contratos, convenios o cualquier documento que avale el sublicenciamiento de Contenidos Audiovisuales Relevantes que haya firmado con terceros.

Para fundamentar lo anterior, en los Oficios ese Instituto establece que “se incluye un ajuste referente a la presentación de contratos, convenios o cualquier documento que avale la adquisición de CAR, así como sus modificaciones, con la finalidad de corregirlas posibles irregularidades que pudieran afectar la libre competencia, así como eliminar posibles asimetrías de información, lo que busca generar beneficios para la prestación del STR”.

Derivado de lo anterior, como bien indica la fundamentación de la modificación a la medida, parece ser que la medida va a encaminada a generar beneficios para la prestación del STR, sin embargo, la obligación de presentar cualquier contrato, convenio o documentos que se firme con "terceros", va más allá del objetivo de la medida, ya que ésta debería estar limitada, en su caso a que se presenten los contratos o convenios celebrados con los prestadores del STR Concesionada.

Ello es así, ya que las Medidas relacionadas con el contenido, tal como el propio Instituto reconoce, tienen entre sus finalidades la de impedir que adquiera, de forma exclusiva, contenido audiovisuales de alta popularidad o realice cualquier conducta con efectos similares. Este objetivo ya se consigue con la posibilidad de adquirir derechos para transmitir a través de televisión radiodifundida, siempre y cuando adquiera también el derecho a sublicenciarlos a otros prestadores del STR concesionada, ampliándose también a terceros que sin ser concesionarios presten el servicio a través de un canal de programación en multiprogramación.

Así, la obligación de presentar cualquier contrato o convenio de licenciamiento con terceros, además de ser general y genérica, no cumple con el objetivo buscado por la Resolución de Preponderancia, específicamente en materia de contenidos, por lo que resulta excesiva y carente de razonamiento para imponerse, creando una carga innecesaria al AEPR y al propio IFT.

c) La obligación impuesta a filiales, subsidiarias y afiliadas propias o de participación mayoritaria ajenas al AEPR excede el alcance de la Resolución de Preponderancia.

La modificación propuesta a la medida Décima Octava se amplía para señalar que "ningún integrante del Agente Económico Preponderante podrá adquirir, directamente o a través de filiales, subsidiarias y afiliadas propias o de participación mayoritaria, derechos para transmitir en exclusiva".

Como se desprende de lo anterior, la medida busca ampliar la prohibición de adquirir CAR no sólo al AEPR, sino incluyendo también a filiales, subsidiarias y afiliadas propias o de participación mayoritaria del AEPR, las cuales son ajenas las obligaciones de la Resolución de Preponderancia.

Es importante mencionar que: (i) la determinación de sociedades como parte del AEPR en la Resolución de Preponderancia debe interpretarse de forma limitativa y restrictiva; (ii) la Resolución de Preponderancia no afecta ni puede hacerse extensiva a las sociedades que no forman parte del sector de radiodifusión; y (iii) no pueden imponer obligaciones a sociedades ajenas AEPR, ya que son bienes sobre los que no dispone el AEPR.

La Segunda Sala de la SCJN, en la sentencia dictada en el expediente 751/2018, de fecha 21 de noviembre de 2019, resolvió que las medidas no deben ser aplicables a terceros, tal como se señala a continuación:

“En el mismo sentido, resulta fundado el agravio mediante el cual se combate la decisión de declarar legal la determinación de la autoridad reguladora al imponer al Agente Económico Preponderante en radiodifusión la prohibición de adquirir, directa o indirectamente, derechos para transmitir en exclusiva contenidos audiovisuales relevantes, a través de televisión radiodifundida para cualquier lugar del territorio nacional; tomando en consideración, primero, que al no contemplarse un mecanismo para distinguir los derechos y obligaciones que en lo individual tienen los integrantes del Agente Económico Preponderante; entonces, a las ahora recurrentes no puede imponérseles deberes sobre bienes de los que jurídicamente no puede disponer. En otras palabras, no hay razón para que las promoventes se obliguen, a nombre de otras sociedades integrantes del Agente Económico Preponderante sin distinción alguna, por la simple razón de que no integran un grupo corporativo, ni se trata de una misma persona moral, pues si bien el Agente Económico Preponderante debe cumplir con las medidas impuestas en la resolución de preponderancia: lo cierto es que a las ahora recurrentes no puede imponérseles obligaciones sobre bienes de los que jurídicamente no dispone, pero sobre todo, lo que debe resaltarse, es que la modificación es inválida por la ausencia de un dictamen en términos del artículo 266, fracción XXIV, de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión”.”

Derivado de lo anterior, la prohibición de adquirir CAR, debe limitarse exclusivamente al AEPR.

d) La regulación de los contenidos está fuera de la esfera de IFT.

El mercado de contenidos no pertenece al sector de radiodifusión y, por lo tanto, el IFT carece de facultades para modificar las Medidas impuestas en el mercado relacionado de contenidos.

No hay fundamento alguno que atribuya al Instituto para imponer Medidas relacionadas con contenidos, además, en las fracciones III y IV del artículo Octavo Transitorio del Decreto por virtud del cual se reformaron los artículos 6°, T, 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 día 11 de junio de 2013, no se hace mención alguna a que las Medidas en dicho procedimiento pueden versar sobre esos mercados, como queda de manifiesto en la transcripción de dichas disposiciones“

“III. El Instituto Federal de Telecomunicaciones deberá determinar la existencia de agentes económicos preponderantes en los sectores de radiodifusión y de telecomunicaciones, e impondrá las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia y, con ello, a los usuarios finales. Dichas medidas se emitirán en un plazo no mayor a

ciento ochenta días naturales contados a partir de su integración, e incluirán en lo aplicable, las relacionadas con información, oferta y calidad de servicios, acuerdos en exclusiva, limitaciones al uso de equipos terminales entre redes, regulación asimétrica en tarifas e infraestructuras de red, incluyendo la desagregación de sus elementos esenciales y, en su caso, la separación contable, funcional o estructural de dichos agentes. Para efectos de lo dispuesto en este Decreto, se considerará como agente económico preponderante, en razón de su participación nacional en la prestación de los servicios de radiodifusión o telecomunicaciones, a cualquiera que cuente, directa o indirectamente, con una participación nacional mayor al cincuenta por ciento, medido este porcentaje ya sea por el número de usuarios, suscriptores, audiencia, por el tráfico en sus redes o por la capacidad utilizada de las mismas, de acuerdo con los datos con que disponga el Instituto Federal de Telecomunicaciones. Las obligaciones impuestas al agente económico preponderante se extinguirán en sus efectos por declaratoria del Instituto Federal de Telecomunicaciones una vez que conforme a la ley existan condiciones de competencia efectiva en el mercado de que se trate. IV. El Instituto Federal de Telecomunicaciones, en un plazo no mayor a ciento ochenta días naturales contados a partir de su integración, establecerá las medidas que permitan la desagregación efectiva de la red local del agente preponderante en telecomunicaciones de manera que otros concesionarios de telecomunicaciones puedan acceder, entre otros, a los medios físicos, técnicos y lógicos de conexión entre cualquier punto terminal de la red pública de telecomunicaciones y el punto de acceso a la red local pertenecientes a dicho agente. Estas medidas también serán aplicables al agente económico con poder sustancial en el mercado relevante de servicios al usuario final. Las medidas a que se refiere el párrafo anterior deberán considerar como insumo esencial todos los elementos necesarios para la desagregación efectiva de la red local. En particular, los concesionarios podrán elegir los elementos de la red local que requieran del agente preponderante y el punto de acceso a la misma. Las citadas medidas podrán incluir la regulación de precios y tarifas, condiciones técnicas y de calidad, así como su calendario de implantación con el objeto de procurar la cobertura universal y el aumento en la penetración de los servicios de telecomunicaciones.”

Conforme a lo transcrito, es evidente que la fracción III no incluye dentro del alcance de las Medidas que pueda imponer el Instituto a aquéllas referidas a los mercados de contenidos al amparo del procedimiento de agente económico preponderante en el sector de radiodifusión, asimismo las Medidas a las que hace referencia la fracción IV del artículo en comento, no resultan aplicables ya que se refieren únicamente al sector de telecomunicaciones.

En atención a lo hasta aquí expuesto, resulta del todo violatorio al principio de legalidad que debe revestir todo actuar de la autoridad, el modificar las Medidas impuestas en materia de contenidos al carecer de facultades para ello.

Pruebas ofrecidas por GTV-Televisa

GTV-Televisa no ofrecieron prueba alguna en el procedimiento de la revisión bienal en radiodifusión relacionada con las medidas propuestas en los oficios de inicio, particularmente con la Medida Décima octava; no obstante, de haber sido debidamente notificadas de los citados oficios.

Consideraciones del Instituto

Análisis en Materia de Competencia:

El Análisis en Materia de Competencia menciona que los contenidos audiovisuales que captan amplias audiencias impactan significativamente las condiciones de competencia en el sector de radiodifusión, toda vez que pueden representar recursos no fácilmente replicables, y constituirse, bajo ciertas condiciones, en una importante barrera a la entrada. En particular, el posicionamiento de mercado del AEPR puede darle la capacidad e incentivos para controlar los CAR y utilizar dicho control para restringir la entrada o crecimiento de competidores en la transmisión de señales del STR u otros servicios relacionados como el STAR. Asimismo, se advierte que dada la integración vertical del AEPR y su participación en diversas empresas que prestan servicios de radiodifusión, tiene incentivos para aprovecharse de su posicionamiento para distorsionar el proceso de competencia y libre concurrencia en otros mercados donde también compite y, dado su poder de negociación, cuenta con incentivos a fijar condiciones de compra a los proveedores de contenidos.

Además, se menciona que, en la Resolución de Preponderancia se plasmó que las Medidas de contenidos tienen como objetivo:

- Dinamizar la competencia para la adquisición de contenidos y permitir el acceso a señales, para mejorar las condiciones de competencia y libre concurrencia en mercados en los cuales participa el AEPR.
- Impedir que adquiera CAR de forma exclusiva o realice cualquier otra conducta con efectos similares.
- Evitar que ofrezca Canales de Programación de forma discriminatoria a plataformas tecnológicas distintas al STR.
- Evitar que los beneficios de participar en clubes de compra de contenidos audiovisuales sean utilizados con propósitos anticompetitivos.

En cuanto a la implementación de las Medidas, se identifica lo siguiente:

Grupo Televisa^{137,138}

Entre el 1T 2017 y el 4T 2021, Grupo Televisa contó con derechos para transmitir diversos CAR. En particular, en la siguiente tabla se muestran los CAR transmitidos por Grupo Televisa entre el 1T 2017 y el 4T 2019 y se observa que dichos CAR fueron transmitidos también por concesionarios del STR distintos al AEPR.¹³⁹

Tabla 10. CAR transmitidos por Grupo Televisa de 1T 2017 a 4T 2019

No.	CAR	Fecha de transmisión	Canal de Transmisión ⁹	Plataforma	Trimestre	Año	Tercero
1	Partido Selección Mexicana de Fútbol México vs Trinidad y Tobago	2 de octubre de 2019	Canal 5	STR	4T	2019	TV Azteca
2	Partido Bermudas vs Selección Mexicana de Fútbol México	11 de octubre de 2019	Canal 5	STR	4T	2019	TV Azteca
3	Partido Selección Mexicana de Fútbol México vs Panamá	15 de octubre de 2019	Canal 5	STR	4T	2019	TV Azteca
4	Partido Panamá vs Selección Mexicana de Fútbol México	15 de noviembre de 2019	Canal 5	STR	4T	2019	TV Azteca
5	Partido Selección Mexicana de Fútbol México vs Bermudas	19 de noviembre de 2019	Canal 5	STR	4T	2019	TV Azteca
6	Partido de vuelta Semifinal de Liga MX Necaxa vs Monterrey	7 de diciembre de 2019	Canal 5	STR	4T	2019	SN
7	Partido de vuelta Semifinal de Liga MX América vs Morelia	8 de diciembre de 2019	Las Estrellas	STR	4T	2019	TV Azteca
8	Partido de vuelta final de Liga MX América vs Monterrey	29 de diciembre de 2019	Las Estrellas	STR	4T	2019	TV Azteca

¹³⁷ La información de GTV-Televisa para el periodo del 1T 2017 al 4T 2021 se obtuvo de los ITC correspondientes exclusivamente para las Medidas impuestas mediante la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión, así como del IC de GTV-Televisa. En consecuencia, todas las modificaciones, supresiones o adiciones a las Medidas realizadas mediante la Resolución Bienal en Radiodifusión no se consideraron en el análisis, en virtud de que no le resultan aplicables a GTV-Televisa.

¹³⁸ La información sobre CAR que se presenta en esta sección no se refiere ni tiene el alcance de determinar el cumplimiento de las Medidas aplicables a GTV-Televisa, sino que busca contribuir al análisis del desempeño de la Medida Décima Octava de la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión en relación con sus objetivos; en particular, con el objetivo de evitar que el AEPR tenga y utilice el control sobre los CAR para restringir la entrada o crecimiento de competidores en la transmisión de señales del STR.

¹³⁹ De acuerdo con información de los ITC correspondientes. Los ITC 1T 2020, 2T 2020, 3T 2020 no contienen información de GTV-Televisa.

No.	CAR	Fecha de transmisión	Canal de Transmisión ⁹	Plataforma	Trimestre	Año	Tercero
9	Partido Haití vs Selección Mexicana de Fútbol México	2 de julio de 2019	Canal 5	STR	3T	2019	TV Azteca
10	Partido Selección Mexicana de Fútbol México vs E.U.A.	7 de julio de 2019	Las Estrellas	STR	3T	2019	TV Azteca Imagen
11	Partido E.U.A. vs Selección Mexicana de Fútbol México	6 de septiembre de 2019	Canal 5	STR	3T	2019	TV Azteca
12	Partido Selección Mexicana de Fútbol México vs Argentina	10 de septiembre de 2019	Canal 5	STR	3T	2019	TV Azteca
13	Partido de ida Semifinal de la Liga MX América vs León	16 de mayo de 2019	Canal 5	STR	2T	2019	TV Azteca
14	Partido de vuelta Semifinal de Liga MX Tigres vs Monterrey	18 de mayo de 2019	Las Estrellas	STR	2T	2019	TV Azteca
15	Partido de ida Final de Liga MX Tigres vs León	23 de mayo de 2019	Canal 5	STR	2T	2019	TV Azteca
16	Partido Selección Mexicana de Fútbol México vs Venezuela	5 de junio de 2019	Canal 5	STR	2T	2019	TV Azteca
17	Partido Selección Mexicana de Fútbol México vs Ecuador	9 de junio de 2019	Las Estrellas	STR	2T	2019	TV Azteca
18	Partido Selección Mexicana de Fútbol México vs Cuba	15 de junio de 2019	Las Estrellas	STR	2T	2019	TV Azteca
19	Partido Selección Mexicana de Fútbol México vs Canadá	19 de junio de 2019	Canal 5	STR	2T	2019	TV Azteca
20	Partido Selección Mexicana de Fútbol Martinica vs México	23 de junio de 2019	Las Estrellas	STR	2T	2019	TV Azteca
21	Partido Selección Mexicana de Fútbol México vs Costa Rica	29 de junio de 2019	Las Estrellas	STR	2T	2019	TV Azteca
22	Partido de Super Bowl (Rams de los Ángeles vs	3 de febrero de 2019	Canal 5	STR	1T	2019	Tercero

No.	CAR	Fecha de transmisión	Canal de Transmisión ⁹	Plataforma	Trimestre	Año	Tercero
	Patriotas de Nueva Inglaterra)						
23	Partido Selección Mexicana de Fútbol México vs Chile	22 de marzo de 2019	Canal 5	STR	1T	2019	Tercero
24	Partido Selección Mexicana de Fútbol México vs Paraguay	26 de marzo de 2019	Canal 5	STR	1T	2019	Tercero
25	Selección Mexicana de Fútbol México vs Costa Rica	11 de octubre de 2018	Canal 5	STR	4T	2018	Tercero
26	Selección Mexicana de Fútbol México vs Chile	16 de octubre de 2018	Canal 5	STR	4T	2018	Tercero
27	Partido Argentina vs Selección Mexicana de Fútbol México	16 de noviembre de 2018	Canal 5	STR	4T	2018	Tercero
28	Partido Argentina vs Selección Mexicana de Fútbol México	20 de noviembre de 2018	Canal 5	STR	4T	2018	Tercero
29	Partido de ida final de Liga MX América vs Cruz Azul	13 de diciembre de 2018	Canal 5	STR	4T	2018	Tercero
30	Partido de vuelta final de Liga MX Cruz Azul vs América	16 de diciembre de 2018	Canal 2	STR	4T	2018	Tercero
31	Partido Brasil vs Selección Mexicana de Fútbol México	2 de julio de 2018	Canal 2 Canal 4	STR	3T	2018	Tercero
32	Partido de cuartos de final del mundial Rusia 2018 (Uruguay vs Francia)	6 de julio de 2018	Canal 2 Canal 4	STR	3T	2018	Tercero
33	Partido de cuartos de final del mundial Rusia 2018 (Brasil vs Bélgica)	6 de julio de 2018	Canal 2 Canal 4	STR	3T	2018	Tercero
34	Partido de semifinales del mundial Rusia 2018 (Francia vs Bélgica)	10 de julio de 2018	Canal 2 Canal 4	STR	3T	2018	Tercero
35	Partido de semifinales del	11 de julio de 2018	Canal 2 Canal 4	STR	3T	2018	Tercero

No.	CAR	Fecha de transmisión	Canal de Transmisión ⁹	Plataforma	Trimestre	Año	Tercero
	mundial Rusia 2018 (Croacia vs Inglaterra)						
36	Partido de final del mundial Rusia 2018 (Francia vs Croacia)	15 de julio de 2018	Canal 2 Canal 4 Canal 9	STR	3T	2018	Tercero
37	Selección Mexicana de Fútbol México vs Uruguay	7 de septiembre de 2018	Canal 5	STR	3T	2018	Tercero
38	Partido Estados Unidos de América vs Selección Mexicana de Fútbol México	11 de septiembre de 2018	Canal 5	STR	3T	2018	Tercero
39	Final de Liga MX: Toluca vs Santos Laguna (final vuelta)	20 de mayo de 2018	Canal 2	STR	2T	2018	Tercero
40	Selección Mexicana de Fútbol México vs Gales	28 de mayo de 2018	Canal 5	STR	2T	2018	Tercero
41	Selección Mexicana de Fútbol México vs Escocia	2 de junio de 2018	Canal 2	STR	2T	2018	Tercero
42	Selección Mexicana de Fútbol México vs Dinamarca	9 de junio de 2018	Canal 2	STR	2T	2018	Tercero
43	Ceremonia de inauguración de la Copa Mundial de la FIFA	14 de junio de 2018	Canal 5	STR	2T	2018	Tercero
44	Partido de inauguración de la Copa Mundial de la FIFA (Rusia vs Arabia Saudita)	14 de junio de 2018	Canal 2	STR	2T	2018	Tercero
45	Selección Mexicana de Fútbol México vs Alemania	17 de junio de 2018	Canal 2	STR	2T	2018	Tercero
46	Selección Mexicana de Fútbol México vs Corea del Sur	23 de junio de 2018	Canal 2	STR	2T	2018	Tercero
47	Selección Mexicana de Fútbol México vs Suecia	27 de junio de 2018	Canal 2	STR	2T	2018	Tercero

No.	CAR	Fecha de transmisión	Canal de Transmisión ⁹	Plataforma	Trimestre	Año	Tercero
48	Selección Mexicana de Fútbol México vs Bosnia	31 de enero de 2018	Canal 5	STR	1T	2018	Tercero
49	Selección Mexicana de Fútbol México vs Islandia	23 de marzo de 2018	Canal 5	STR	1T	2018	Tercero
50	Selección Mexicana de Fútbol México vs Croacia	27 de marzo de 2018	Canal 5	STR	1T	2018	Tercero
51	Partido de ida final de Liga MX Tigres UANL vs Monterrey ⁴	7 de diciembre de 2017	Canal 5	STR	4T	2017	Tercero
52	Partido de vuelta final de Liga MX Monterrey vs Tigres UANL ⁴	10 de diciembre de 2017	Canal 5	STR	4T	2017	Tercero
53	Selección Mexicana de Fútbol México vs Trinidad y Tobago	6 de octubre de 2017	Canal 5	STR	4T	2017	Tercero
54	Selección Mexicana de Fútbol México vs Paraguay	2 de julio de 2017	Canal 5	STR	3T	2017	Tercero
55	Selección Mexicana de Fútbol México vs Panamá	1 de septiembre de 2017	Canal 5	STR	3T	2017	Tercero
56	Selección Mexicana de Fútbol México vs Costa Rica	6 de septiembre de 2017	Canal 5	STR	3T	2017	Tercero
57	Selección Mexicana de Fútbol México vs Croacia	25 de mayo de 2017	Canal 5	STR	2T	2017	Tercero
58	Final Liga MX (Tigres vs Chivas) 2017 ⁴	25 de mayo de 2017	Canal 5	STR	2T	2017	Tercero
59	Final Liga MX (Chivas vs Tigres) 2017	28 de mayo de 2017	TDN	STAR	2T	2017	Ninguno
60	Selección Mexicana de Fútbol México vs Irlanda	1 de junio de 2017	Canal 5	STR	2T	2017	Tercero
61	Selección Mexicana de Fútbol México vs Honduras	8 de junio de 2017	Canal 5	STR	2T	2017	Tercero
62	Selección Mexicana de Fútbol México vs Estados Unidos de América	11 de junio de 2017	Canal 5	STR	2T	2017	Tercero

No.	CAR	Fecha de transmisión	Canal de Transmisión ⁹	Plataforma	Trimestre	Año	Tercero
63	Selección Mexicana de Fútbol México vs Ghana	28 de junio de 2017	Canal 5	STR	2T	2017	Tercero
64	Selección Mexicana de Fútbol México vs Islandia	8 de febrero de 2017	Canal 5	STR	1T	2017	Tercero
65	Selección Mexicana de Fútbol México vs Costa Rica	24 de marzo de 2017	Canal 5	STR	1T	2017	Tercero
66	Selección Mexicana de Fútbol México vs Trinidad y Tobago	28 de marzo de 2017	Canal 5	STR	1T	2017	Tercero

Fuente: Análisis en Materia de Competencia.

Notas:

Los canales de transmisión del periodo 3T 2018 al 4T 2019 se obtuvieron de los ITC. Los canales de transmisión del 1T 2017 al 2T 2018 es información pública, disponible en diversos sitios web. Dicha información no se reporta en el IC de Grupo Televisa para el periodo 2020-2021. SN: Sin información.

Tercero: Concesionarios del STR distintos al AEPR que también transmitieron CAR.

Adicionalmente, de acuerdo con la información del Informe Conductual de Grupo Televisa (correspondiente a 2020- 2021): i) Grupo Televisa transmitió 34 CAR: 29 partidos de la Selección Mexicana, 3 partidos de la Liga MX y 2 eventos de Juegos Olímpicos de verano, ii) no suscribió contratos de exclusividad para transmitir contenidos a través del STR dentro del territorio nacional, iii) para el periodo del 1 de enero al 18 de noviembre de 2020 contó con derechos para transmitir 5 (cinco) CAR de manera no exclusiva y iv) para el periodo del 19 de noviembre de 2020 al 31 de diciembre de 2021 informó no contar con contratos exclusivos para transmitir CAR.

Por lo tanto, se advierte que, en el periodo analizado, los competidores de Grupo Televisa tuvieron la posibilidad de acceder a los CAR para los cuales Grupo Televisa contó con derechos de transmisión.

Afiliadas Independientes¹⁴⁰

En cuanto a la transmisión de CAR por parte de las Afiliadas Independientes, se advierte que, en cada trimestre analizado, la mayoría de ellas no contaron con derechos para transmitir CAR y, en caso de contar con derechos para la transmisión de CAR, estos se adquirieron de forma indirecta, a través de la transmisión de programación que incluye CAR.

¹⁴⁰ La información de las Afiliadas Independientes para el periodo del 1T 2017 al 4T 2020 se obtuvo de los ITC correspondientes, mientras que la información para 2021 se obtuvo del IC de las Afiliadas Independientes.

Tabla 11. CAR: Afiliadas Independientes

Integrante	20 21 - 4T	20 21 - 3T	20 21 - 2T	20 21 - 1T	20 20 - 4T	20 20 - 3T	20 20 - 2T	20 20 - 1T	20 19 - 4T	20 19 - 3T	20 19 - 2T	20 19 - 1T	20 18 - 4T	20 18 - 3T	20 18 - 2T	20 18 - 1T	20 17 - 4T	20 17 - 3T
Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V. / Telsusa ¹	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	I	I	N	N	N
Comunicación del Sureste, S.A. de C.V. ³	N O	N O	N O	N O	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V. ²	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Hilda Graciela Rivera Flores	S N	S N	S N	S N	S N	S N	S N	S N	S N	N	N	S N	S N	I	I	S N	S N	S N
José Humberto Y Loucille, Martínez Morales	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	N
Mario Enrique Mayans Concha	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	I	I	N	N	N
Pedro Luis Fitzmaurice Meneses	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	I	I	N	N	N
Ramona Esparza González	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Roberto Casimiro González Treviño	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	S N	S N	I	I	S N	S N	S N
Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V. ⁴	N O	N O	N O	N O	N O	N O	N O	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Telemisión, S.A. de C.V. ⁹	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	I	I	N	N	N	N
Televisión de la Frontera, S.A.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	I	N	N	N
Televisión de Michoacán, S.A. de C.V.	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	N
Televisión de Tabasco, S.A. ⁸	N	N	N	N	N	N	N	N	I	I	I	I	I	N	I	N	N	N
Televisión del Pacífico, S.A. de C.V. ⁶	N O	N O	N O	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Televisora de Durango, S.A. de C.V. ⁷	N	N	N	N	N	N	N	N	I	I	I	I	I	I	N	I	N	N
Televisora Potosina, S.A. de C.V.	S N	S N	S N	S N	S N	S N	S N	S N	N	N	N	N	I	I	I	S N	S N	S N
Televisora XHBO, S.A. de C.V. ¹⁰	N	S N	S N	S N	S N	S N	S N	S N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
TV de Culiacán, S.A. de C.V. ⁵	N O	N O	N O	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
TV Diez Durango, S.A. de C.V.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
TV Ocho, S.A. de C.V.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	I	N	N	N	N
José de Jesús Partida Villanueva	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N	N
Televisión La Paz, S.A.	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A	N A

Fuente: Análisis de Competencia Económica.

Notas: En los ITC 1T 2017 y 2T 2017, las Afiliadas Independientes manifestaron no contar con derechos para transmitir CAR a través del STR. SN: Sin Información.

N: Integrantes del AEPR que declararon no contar con derechos para transmisión de CAR o no contar con derechos para la transmisión de CAR al ser repetidores o retransmisores.

I: Integrantes del AEPR que declararon adquirir de forma indirecta derechos para la retransmisión de CAR al ser repetidores o retransmisores; declararon no contar con convenios para la adquisición de CAR, sin embargo, transmitieron de manera no exclusiva algún CAR; o que señalaron únicamente radiodifundir parte de la programación de Televisa S.A. de C.V., en la cual se transmitieron CAR.

NA: No Aplica, dado que el Concesionario no cuenta con título de concesión vigente o cedió los derechos y obligaciones de su concesión.

NO: No está obligado, en virtud de que dejó de formar parte del AEPR.

¹ Telsusa es causahabiente de Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V., al ser cesionaria de la estación XHBG-TDT en Uruapan, Michoacán, por lo que, a partir del 3T 2020, Telsusa debe cumplir con las obligaciones de la concesión objeto de la cesión que establezcan las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas aplicables (incluyendo la regulación asimétrica).

² El 15 de diciembre de 2021, Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/151221/745. De acuerdo con el IC, Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V. declaró que, a partir del 4T 2020, transmite los Canales de Programación de **Nombre de personas morales**.

³ El 25 de noviembre de 2020, Comunicación del Sureste, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/251120/483. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 9 de diciembre de 2020.

⁴ El 04 de marzo de 2020, Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/040320/77. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 17 de marzo de 2020.

⁵ El 17 de febrero de 2021, TV de Culiacán, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/170221/93. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 25 de febrero de 2021.

⁶ El 10 de marzo de 2021, Televisión del Pacífico, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/100321/100. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 23 de marzo de 2021.

⁷ El 17 de noviembre de 2021, Televisora de Durango, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/171121/607. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 30 de noviembre de 2021.

⁸ Para 2021, Televisión de Tabasco, S.A. de C.V. manifestó transmitir íntegramente la señal del Canal de Programación identificado como **Nombre de persona**.

⁹ Para 2020-2021, Televisión, S.A. de C.V. transmitió íntegramente la señal del Canal de Programación identificado como **Nombre de persona**.

¹⁰ Televisora XHBO, S.A. de C.V. transmitió en el 4T 2021 la señal del Canal de Programación identificado como **Nombre de persona moral**.

Por otra parte, en el Análisis en Materia de Competencia se advirtió que el uso de la multiprogramación en el STR tiene por efecto aumentar la cantidad de Canales de Programación de acceso abierto y gratuito disponibles para las audiencias. Al respecto, como se observa en la figura siguiente, entre el 1T 2017 y el 4T 2021 se incrementó significativamente el uso de la multiprogramación por parte de los principales proveedores del STR comercial.

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

En contraste, el AEPR solo hace uso de la multiprogramación en 41.8% (cuarenta y uno punto ocho por ciento) de sus Canales de Transmisión concesionados. Ello podría explicarse porque el AEPR cuenta con un mayor número de Canales de Transmisión

respecto a [REDACTED] Nombres de personas morales

[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]

Por otra parte, el acceso a la multiprogramación ha permitido incrementar la oferta de Canales de Programación por parte de los proveedores establecidos, ya que al 4T 2021 se ha autorizado el acceso a la multiprogramación a [REDACTED]

[REDACTED]

Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales

[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]

[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]

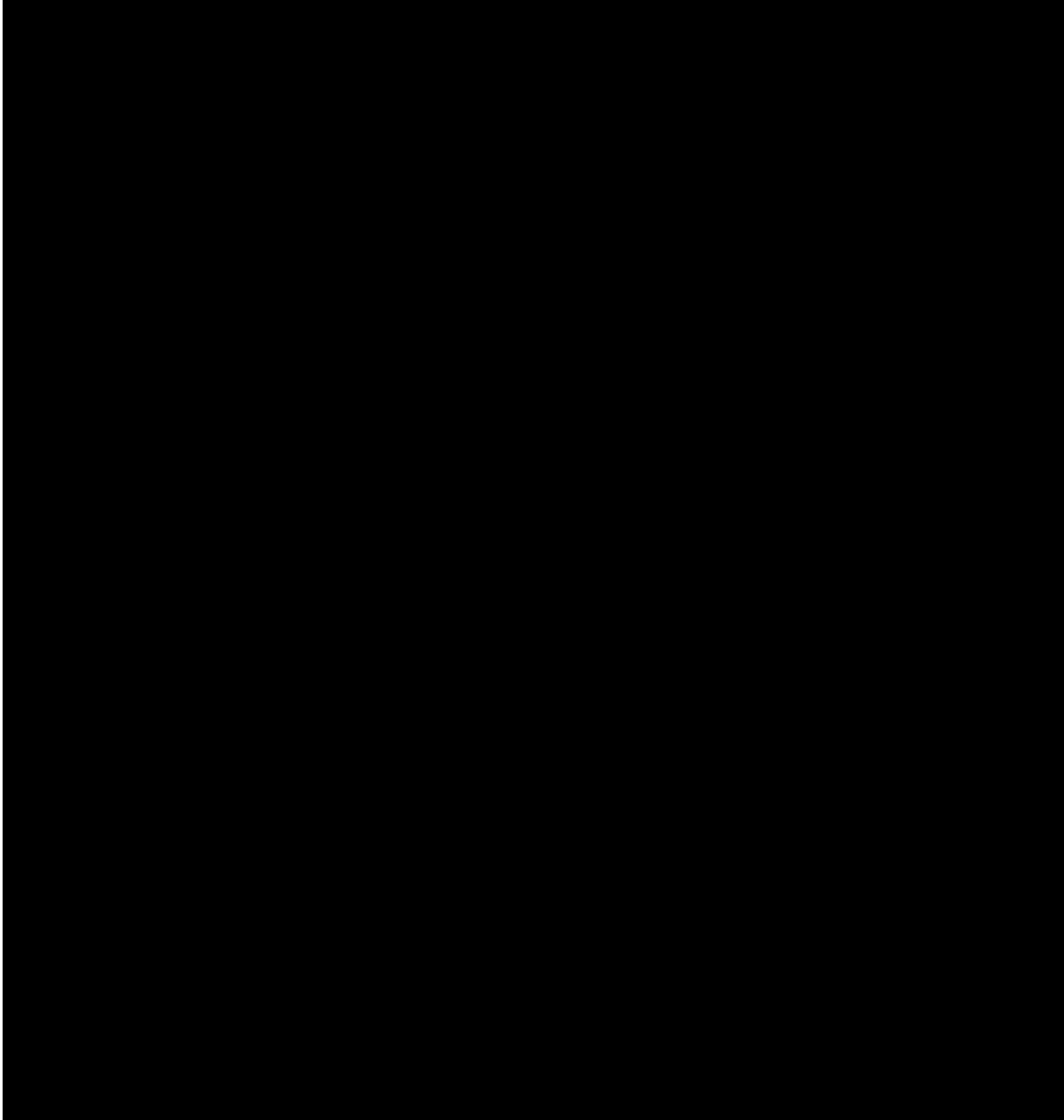
[REDACTED]

[REDACTED].

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de las personas morales

[REDACTED]

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de las personas morales



Ahora bien, el marco legal vigente permite que terceros tengan acceso al espectro radioeléctrico a través de la capacidad de los Canales de Transmisión concesionados, mediante la celebración de **acuerdos voluntarios** entre los agentes económicos. El artículo 159 de la LFTR y el artículo 10 de los Lineamientos establecen que los concesionarios podrán celebrar contratos libremente para el acceso a los canales multiprogramados en condiciones de mercado.

En este contexto, se observa que existen casos en los cuales los Concesionarios del STR, principalmente de uso público, proporcionan **acceso a la multiprogramación a terceros**.¹⁴¹ Al respecto, se identifican 114 (ciento catorce) casos en los que se ha otorgado acceso a terceros, de los cuales, 100 (cien) fueron otorgados por Concesionarios del STR público y sólo 14 (catorce) por Concesionarios del STR comercial, de los cuales **ninguno es integrante del AEPR**.

Tabla 13. Concesionarios del STR que han proporcionado acceso a multiprogramación a terceros

Concesionario que proporciona acceso	Acceso a Terceros
SPR	95
Multimedios Televisión, S.A. de C.V.	5
Televisión Digital, S.A. de C.V.	4
Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V.	2
Gobierno del Estado de Zacatecas	2
Gobierno del Estado de Jalisco	1
Flores y Flores, S. en N.C. de C.V.	1
Televisora Nacional, S.A. de C.V.	1
Intermedia y Asociados de Mexicali, S.A. de C.V.	1
Gobierno de la Ciudad de México	1
Instituto Politécnico Nacional	1
Total	114

Fuente: Análisis en Materia de Competencia

Lo anterior implica que el acceso a multiprogramación a terceros ha incrementado las alternativas de las que disponen las audiencias del STR en aquellas localidades en las que se han logrado este tipo de acuerdos. Asimismo, esto ha permitido la entrada de 8 (ocho) propietarios de Canales de Programación que no cuentan con concesiones para prestar el STR, como se observa a continuación.

Tabla 14. Terceros que han tenido acceso a multiprogramación

Tercero, propietario del Canal de Programación	Identidad	Canales de Transmisión en los que se multiprograma la identidad	Concesionario del STR
Universidad Nacional Autónoma de México	TV UNAM	26	Sí
Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.	Canal 22	25	Sí

¹⁴¹ El Artículo 18 de los Lineamientos establece que los Concesionarios de Radiodifusión podrán celebrar contratos libremente para el acceso a los Canales de Programación en Multiprogramación en condiciones de mercado con terceros que podrán tener el carácter, entre otros, de Programadores Nacionales Independientes, Programadores Nacionales, Programadores Extranjeros o Concesionarios de Radiodifusión. El Artículo 23 de los Lineamientos establece que el uso que terceros den a Canales de Programación en Multiprogramación cuyo acceso haya sido brindado por Concesionarios de Radiodifusión de uso social, público o privado, deberá ser acorde con los fines y características de estos últimos.

Tercero, propietario del Canal de Programación	Identidad	Canales de Transmisión en los que se multiprograma la identidad	Concesionario del STR
Instituto Politécnico Nacional	Canal Once; Once niñas y niños	24	Sí
Canal del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos	Canal del Congreso	10	Sí
Dirección General de Televisión Educativa de la SEP	Ingenio TV	11	No
MVS Net. S.A. de C.V.	MVS TV	8	No
SPR	Canal Catorce	3	Sí
R.R. Televisión y Valores para la Innovación, S.A. de C.V.	Heraldo Televisión Jalisco	1	No
Congreso del Estado de Jalisco	Canal Parlamento	1	No
Universidad Autónoma de Zacatecas "Francisco García Salinas"	TV UAZ	1	No
Asamblea Legislativa del Distrito Federal	Congreso TV	1	No
Voip Comunicación Digital, S.A. de C.V.	City Channel	1	No
La Octava Contenidos, S.A. de C.V.	La Octava Televisión	1	Sí
Unidad Corporativa de Televisión, S.A. de C.V.	ABC	1	No

Fuente: Análisis en Materia de Competencia

Como resultado del otorgamiento de concesiones para prestar el STR comercial, así como de un creciente uso de la multiprogramación, se observa un incremento en la oferta de Canales de Programación comerciales que puede recibir la población.

Sin embargo, de acuerdo con la información presentada en la tabla y cuadro siguientes, siguen existiendo diferencias entre entidades federativas: mientras que la Ciudad de México, Jalisco, el Estado de México y Nuevo León cuentan con 24 (veinticuatro) Canales de Programación o más, al 4T 2021, Guerrero, Oaxaca y Chiapas cuentan con solo 5 (cinco) Canales de Programación.

Tabla 15. Canales de Programación comerciales disponibles por entidad federativa

No · En t	Entidad	1T 2017			4T 2021			Diferencia
		Comerciales	Públicos y sociales	Total	Comerciales	Públicos y sociales	Total	
1	Aguascalientes	7	5	12	11	8	19	7
2	Baja California	10	1	11	14	0	14	3
3	Baja California Sur	5	0	5	6	1	7	2
4	Campeche	6	0	6	5	1	6	0
5	Coahuila de Zaragoza	8	1	9	11	0	11	2
6	Colima	7	5	12	9	7	16	4
7	Chiapas	5	0	5	5	0	5	0
8	Chihuahua	6	0	6	13	0	13	7
9	Ciudad de México	17	5	22	18	15	33	11
10	Durango	6	1	7	12	2	14	7
11	Guanajuato	11	6	17	15	8	23	6
12	Guerrero	4	0	4	5	0	5	1
13	Hidalgo	4	0	4	6	1	7	3
14	Jalisco	9	6	15	19	10	29	14
15	México	15	4	19	18	9	27	8
16	Michoacán de Ocampo	4	0	4	7	1	8	4
17	Morelos	8	1	9	11	1	12	3
18	Nayarit	7	0	7	13	2	15	8
19	Nuevo Leon	15	4	19	16	8	24	5
20	Oaxaca	4	0	4	5	0	5	1
21	Puebla	7	0	7	10	5	15	8
22	Querétaro	8	4	12	13	7	20	8
23	Quintana Roo	7	0	7	10	1	11	4
24	San Luis Potosí	7	0	7	12	1	13	6
25	Sinaloa	8	1	9	13	0	13	4
26	Sonora	5	4	9	11	5	16	7
27	Tabasco	8	5	13	11	8	19	6
28	Tamaulipas	10	0	10	13	0	13	3
29	Tlaxcala	7	3	10	15	7	22	12
30	Veracruz de Ignacio de la Llave	7	3	10	10	5	15	5
31	Yucatán	7	4	11	10	6	16	5
32	Zacatecas	7	5	12	11	9	20	8

Fuente: Análisis en Materia de Competencia

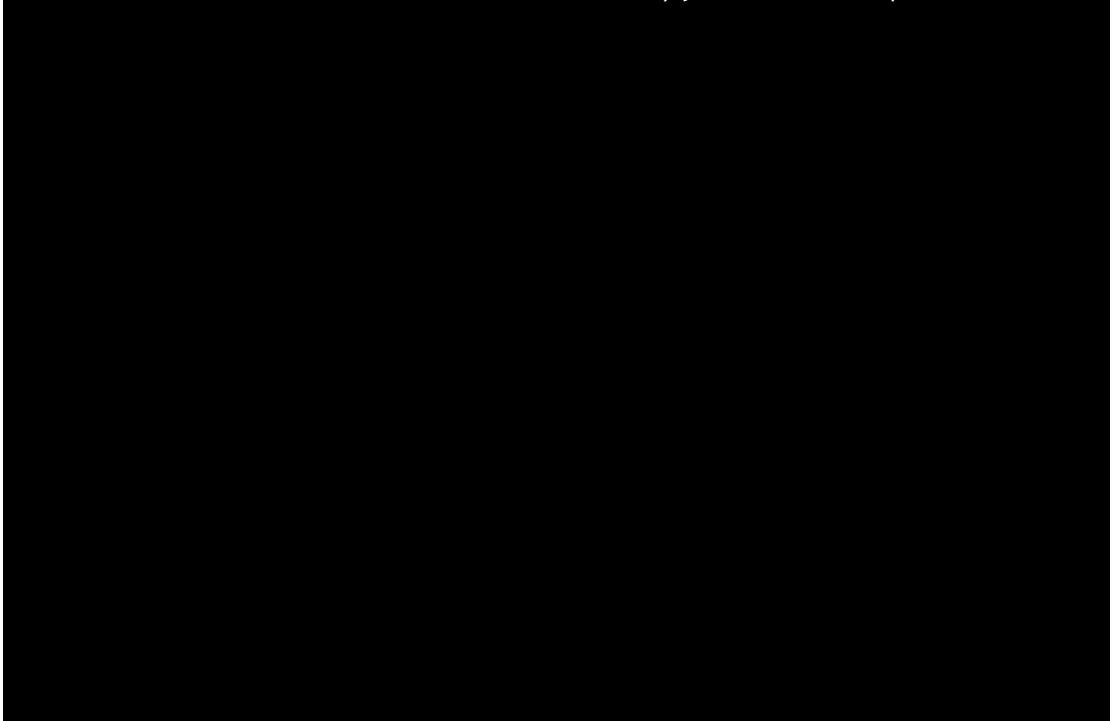
Nota: Se incluyen únicamente los Canales de Programación con una cobertura de más del 50% de la población de la entidad.

Informe conductual

Grupo Televisa.

Informó que contó con derechos para transmitir los siguientes CAR de manera no exclusiva:

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral



Informó no contar con contratos exclusivos para transmitir CAR durante este periodo, aunado a lo anterior, mencionó que presentó en 2018 un contrato de programación que celebraron  Nombres de personas morales respecto a CAR, en el cual se menciona lo siguiente:

- 
- 
- 

- [REDACTED]

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

Afiliadas Independientes.

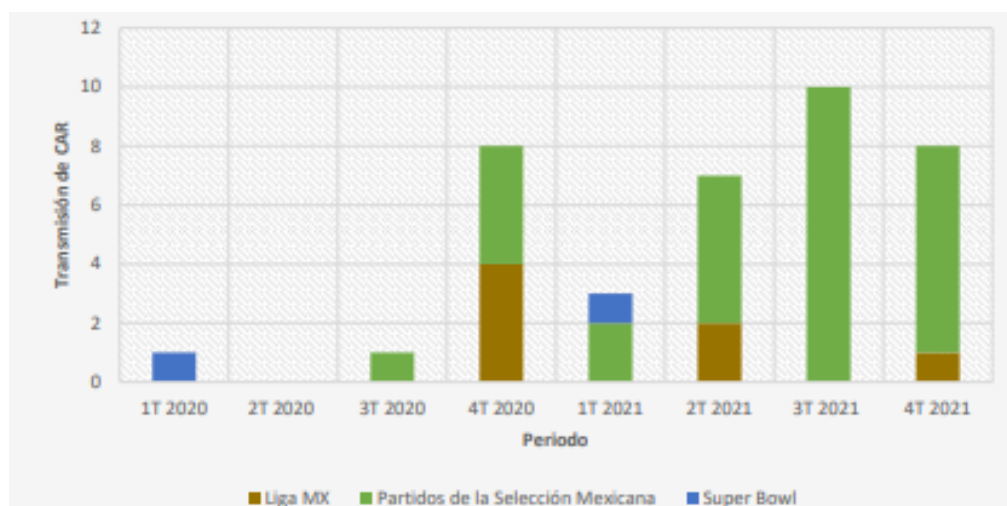
Por otra parte, se advirtió que las Afiliadas Independientes¹⁴² no adquirieron CAR directamente, por consiguiente, no realizaron sub-licenciamientos.

En lo que respecta a la transmisión de CAR a través de televisión radiodifundida, se enuncian las siguientes particularidades:

¹⁴² La información de TelevisoraXHBO, S.A. de C.V. corresponde al 4T 2021.

- José Humberto y Loucille, Martínez Morales y Televisión de Michoacán, S.A. de C.V., de forma ocasional durante el periodo de análisis transmitieron CAR indirectamente debido a los contratos de afiliación establecidos con algún integrante de GTV-Televisa.
- Televisión de Tabasco, S.A., durante 2020 manifestó ser retransmisor de señal del “Canal 5” perteneciente a GTV-Televisa, por lo tanto, solo transmitió CAR si el canal de programación original lo hacía, sin embargo, para 2021 manifestó transmitir íntegramente la señal que coincide con la del canal de programación Identificado como “Nombre de persona moral”, el cual tiene asignado el canal virtual 6.1 con un ámbito regional.
- Durante el periodo de análisis, los CAR se transmitieron como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 5. Participación de las plataformas tecnológicas.



El resto de las Afiliadas Independientes, no transmitieron CAR, de acuerdo a lo siguiente:

- Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V., manifestó ser retransmisor de señal del canal perteneciente a GTV-Televisa “Gala TV” solo hasta el 3T 2020, puesto que, a partir del 4T 2020 cambió su canal virtual para transmitir los canales de programación “Nombre de persona moral” y “Nombre de persona moral”.
- Telemisión, S.A. de C.V., transmitió íntegramente la señal que coincide con la del canal de programación Identificado como “Nombre de persona moral”, el cual tiene asignado el canal virtual 6.1 con un ámbito regional.
- Televisora XHBO, S.A. de C.V.¹⁴³, transmitió la señal que coincide con la del canal de programación identificado como “Nombre de persona moral”.

¹⁴³ Información correspondiente al 4T 2021.

- Pedro Luis Fitzmaurice Meneses, TV Ocho, S.A. de C.V., Televisora de Durango, S.A. de C.V., Roberto Casimiro González Treviño, TV de Culiacán, S.A. de C.V., Televisión del Pacífico, S.A. de C.V., Ramona Esparza González, Telsusa Televisión México, S.A. de C.V., Mario Enrique Mayans Concha, Televisión de la Frontera, S.A., TV Diez Durango, S.A. de C.V., Comunicación del Sureste, S.A. de C.V. y Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V., **Hechos y actos de carácter económico y jurídico de la persona moral**
- Finalmente, Televisora XHBO, S.A. de C.V.¹⁴⁴, Hilda Graciela Rivera Flores y Televisora Potosina, S.A. de C.V., no proporcionaron información para el periodo en revisión, por lo que continúan las actividades de supervisión y verificación.

Dictamen sobre las medidas específicas adicionales impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión.

Marco Jurídico. En cumplimiento a lo dispuesto por el último párrafo del artículo 266 de la LFTR, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 6º, fracción XXVII del Estatuto, el Pleno del Instituto emite el dictamen a que hace referencia el último párrafo del artículo 266 de la LFTR.

a) la posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir

En el Análisis en Materia de Competencia se consideró que la **Medida relacionada con la adquisición de CAR** ha tenido un **impacto alto en relación con el objetivo que se planteó en la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión de evitar que el AEPR utilice el control de los CAR para restringir la entrada o crecimiento de competidores** en la transmisión de señales del STR. Lo anterior, al advertir que, en el periodo analizado, los competidores del AEPR tuvieron la posibilidad de acceder a los CAR e incluso se observa que, en la práctica, terceros concesionarios transmitieron dichos contenidos.

No obstante, en el Análisis en Materia de Competencia se señala que el texto vigente de la Medida Décima Octava aplicable a GTV-Televisa (la Medida Décima Octava de la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión):

- Limitaría la oferta de contenidos disponibles para las audiencias en los casos en los cuales la prohibición estricta de adquirir derechos de transmisión de CAR en exclusiva impida a GTV-Televisa adquirir dichos derechos y ningún otro competidor pueda adquirirlos. En particular, ese escenario ocurriría en caso de que algún organismo o entidad únicamente ofrezca los derechos de transmisión de CAR de manera exclusiva o que dichos derechos estén disponibles para un solo agente en el territorio nacional.
- **En esos casos**, la prohibición estricta que establece la **Medida Décima Octava no atiende el objetivo de dinamizar la competencia en la adquisición de contenidos para el STR y podría generar distorsiones en la provisión de dicho servicio**, ya

¹⁴⁴ Presentó información correspondiente al 4T 2021.

que los competidores del AEPR no podrían acceder a los CAR a través de mecanismos alternativos, como el sublicenciamiento de derechos, si no cuentan con la capacidad económica o no cumplen con las condiciones que exigen los dueños de los derechos para adquirirlos en exclusiva.

- **Es insuficiente para impedir que el AEPR adquiriera derechos de transmisión de CAR de forma exclusiva o realice cualquier otra conducta con efectos similares**, pues, en el caso de que GTV-Televisa realice la adquisición de derechos sobre CAR a través de empresas que no sean parte del AEPR (es decir, de forma indirecta a través de una empresa que no sea miembro del AEPR), dicha adquisición tendría un efecto similar a adquirir en exclusiva derechos de transmisión de CAR, eliminando cualquier efecto de la Medida en la práctica y anulando su efectividad.

Por lo anterior, se advierte necesario evaluar alternativas que permitan atender la prohibición para que el AEPR adquiriera derechos de transmisión de forma exclusiva o que realice cualquier otra conducta con efectos similares, pero con el objetivo de dinamizar la competencia en la adquisición de contenidos.

Por otra parte, en cuanto a las Afiliadas Independientes, se advierte que, en cada trimestre analizado, la mayoría de ellas no contaron con derechos para transmitir CAR y, en caso de contar con derechos, estos se adquirieron de forma indirecta, a través de la transmisión de programación que incluye CAR. Por lo tanto, ninguna de las Afiliadas Independientes adquirió, de manera específica, derechos para la transmisión de CAR.

Aunado a esto, se advierte que, derivado de la evolución tecnológica en el sector de radiodifusión, tal como se menciona en el Análisis en Materia de Competencia¹⁴⁵, el uso de la multiprogramación en el STR tiene por efecto aumentar la cantidad de Canales de Programación de acceso abierto y gratuito disponibles para las audiencias. En el Análisis en Materia de Competencia se señaló que entre el 1T 2017 y el 4T 2021 se incrementó significativamente el uso de la multiprogramación por parte de los principales proveedores del STR comercial, ya que al 4T 2021 se ha autorizado el acceso a la [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Hechos de carácter económico y jurídico de la persona moral

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Ahora bien, el marco legal vigente permite que terceros tengan acceso al espectro radioeléctrico a través de la capacidad de los Canales de Transmisión concesionados, mediante la celebración de **acuerdos voluntarios** entre los agentes económicos. El artículo 159 de la LFTR y el artículo 10 de los Lineamientos establecen que los

¹⁴⁵ Análisis en Materia de Competencia, página 26.

concesionarios podrán celebrar contratos libremente para el acceso a los canales multiprogramados en condiciones de mercado.

En este contexto, se observa que existen casos en los cuales los Concesionarios del STR, principalmente de uso público, proporcionan **acceso a la multiprogramación a terceros**.¹⁴⁶ Por lo que se advierte que, estos terceros que transmiten un canal de programación radiodifundido a través de la multiprogramación tendrían una barrera a la entrada al no estar contemplados en la regulación para la adquisición de CAR, considerando todo lo que ello implica y que se estableció en la Resolución de Preponderancia¹⁴⁷. En ese sentido, es necesario su inclusión, toda vez que participan de forma directa en el sector de radiodifusión y transmiten canales de programación hacia las audiencias de forma similar a los Concesionarios.

Además, en los comentarios recibidos en la consulta pública se desprende lo siguiente:

Raúl Paniagua señaló:¹⁴⁸

- Si el AEPR no puede adquirir los CAR en exclusiva podría darse el caso que el contenido no lo adquiriera por así establecerlo el dueño del contenido – es decir que tenga que ser adquirido en exclusiva - teniendo como efecto indirecto que las audiencias no tengan acceso a este contenido.
- Al limitar únicamente al AEPR la contratación en exclusiva de los CAR, se permite que su capacidad de negociación se enfoque en otro tipo de contenidos con alto contenido de interés para las audiencias, imponiendo otro tipo de barreras de entrada a diverso contenido. La medida debe de buscar equilibrar el acceso de contenidos que por la capacidad económica y de negociación del AEPR tendrá preferencia sobre los demás concesionarios del STR derivado de sus zonas de cobertura y audiencias.
- Existen contenidos de alto interés para las audiencias (como la NFL, box, entrega de premios, etc.) que pueden ser incluidos en los CAR o simplemente establecer parámetros para que un contenido pueda ser adquirido a través del AEPR para ser radiodifundido con un espacio de tiempo determinado.

Por su parte, Televisora de Navojoa, S.A. señaló lo siguiente:¹⁴⁹

- Grupo Televisa ha cumplido con los lineamientos regulatorios referentes a contenidos, compartiendo su contenido a las concesionarias que lo requieran. En el último año ha compartido contenido a sus competidores, ejemplo de esto es TV Azteca. En cuanto a la prestación de estos servicios, no se han evidenciado quejas o

¹⁴⁶ Análisis en Materia de Competencia, página 28.

¹⁴⁷ Resolución de Preponderancia en Radiodifusión, página 499

¹⁴⁸ Participación de Raúl Paniagua en la Consulta Pública.

¹⁴⁹ Participación de Televisora de Navojoa, S.A. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/industria/temasrelevantes/consultaspublicas/documentos/1-ramon-olivares-chavez.pdf>

peticiones por parte de las concesionarias del sector de la radiodifusión que justifiquen medidas regulatorias adicionales o modificaciones a las Medidas vigentes.

- La compartición de contenidos actual cumple directamente con los objetivos por los cuales se establecieron las medidas referentes a contenidos, ya que se garantiza que el AEPR no pueda adquirir de forma exclusiva, contenidos audiovisuales de alta popularidad para las audiencias o realice cualquier otra conducta con efectos similares.

No se identifican factores actuales que limiten a las concesionarias a adquirir derechos de transmisión de contenidos audiovisuales y/o de los CAR.

b) la razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación.

En la evaluación de impacto reflejada en el Análisis en Materia de Competencia se identificó que la medida Décima Octava de la Resolución de Preponderancia es insuficiente para impedir que el AEPR adquiera derechos de transmisión de CAR de forma exclusiva o realice cualquier otra conducta con efectos similares. En el caso de que GTV-Televisa realice la adquisición de derechos sobre CAR a través de empresas que no sean parte del AEPR (es decir, de forma indirecta a través de una empresa que no sea miembro del AEPR), dicha adquisición tendría un efecto similar a adquirir en exclusiva derechos de transmisión de CAR, eliminando cualquier efecto de la Medida en la práctica y anulando su efectividad, por lo que se advierte necesario modificar la medida de forma tal que la obligación de no adquirir CAR incluya a aquellas empresas filiales o subsidiarias de GTV-Televisa que se encuentren fuera del Grupo de Interés Económico determinado como AEPR y que puedan estar realizando conductas con efectos similares a la adquisición en exclusiva.

Asimismo, la Resolución de Preponderancia señala en sus resolutivos QUINTO y SEXTO que las medidas le serán aplicables a los integrantes del AEPR que cuenten con títulos de concesión de televisión radiodifundida, o que sean propietarios o poseedores de infraestructura pasiva y de los que lleven a cabo las actividades reguladas en el presente instrumento, y las medidas serán obligatorias a los miembros que formen parte del AEPR, así como a las personas físicas o morales que sean sus causahabientes o cesionarios de sus derechos o que resulten de reestructuras corporativas o modificaciones accionarias derivadas de concentraciones de cualquier tipo a agentes vinculados con el AEPR, por lo que la modificación a la medida Décima octava, se realiza con el fin de continuar con cumplimiento a lo señalado en los resolutivos y evitar que en alguna futura reestructura de GTV-Televisa, derivado de su funcionamiento interno, existan nuevas empresas que queden fuera del marco regulatorio y con ello represente una ventaja para el AEPR pero una barrera para los demás competidores del STR, por lo que la modificación a la medida busca prevenir este comportamiento que no solo perjudica a los concesionarios competidores del STR, sino también a las audiencias.

Además, al considerar la evolución tecnológica del sector, se advierte que a través de la Multiprogramación, una persona física o moral que cuente con la capacidad necesaria, podría conformar un Canal de Programación y radiodifundirlo mediante acuerdo con Concesionarios, por lo que se considera necesario realizar una modificación de la medida en la que se establezca la posibilidad de que estos terceros programadores tengan acceso a los CARs, toda vez que, como se estableció en la Resolución de Preponderancia, estos contenidos audiovisuales de carácter no replicable y de alto nivel esperado de audiencia regional o nacional implicarían una barrera a la competencia frente a Concesionarios del Servicio de televisión Radiodifundida, al transmitir ambos un mismo Canal de Programación.

Valoración de las pruebas

Como se mencionó en párrafos previos, GTV-Televisa no ofreció prueba alguna en el procedimiento de la revisión bienal en radiodifusión relacionada con la modificación a la Medida Décima Octava, por ende, no existe materia de análisis.

En relación con las manifestaciones transcritas previamente, el Instituto expone lo siguiente:

Respecto a la manifestación de GTV-Televisa acerca de la restricción de obligarse a sublicenciar no sólo a otros prestadores del STR concesionada, sino también a terceros que sin ser concesionarios presten el servicio a través de un canal de programación en multiprogramación puede afectar la posibilidad del AEPR de acceder a cierto contenido y favorecer a otros servicios competidores del AEPR, cabe mencionar que la medida se establece únicamente para el Sector de Radiodifusión como bien menciona la modificación a la medida que a continuación se transcribe:

DÉCIMA OCTAVA.- Ningún integrante del Agente Económico Preponderante podrá adquirir, directamente a través de filiales, subsidiarias y afiliadas propias o de participación mayoritaria, derechos para transmitir en exclusiva, a través de televisión radiodifundida en cualquier lugar del territorio nacional, Contenidos Audiovisuales Relevantes, o realizar conductas con efectos similares.

En caso de que algún organismo o entidad ofrezca los derechos de transmisión de Contenidos Audiovisuales Relevantes en exclusiva o que dichos derechos estén disponibles para un solo agente en territorio nacional, el Agente Económico Preponderante, directamente o a través de subsidiarias y afiliadas propias o de participación mayoritaria que se encuentren bajo su control o influencia, sí podrá adquirir y mantener dichos derechos para ser transmitidos a través de televisión radiodifundida, solo si adquiere el derecho a sublicenciarlos a otros prestadores del Servicio de Televisión Radiodifundida

*Concesionada, así como a **terceros que sin ser concesionarios presten el servicio a través de un canal de programación en multiprogramación de conformidad con los Lineamientos Generales para el Acceso a la Multiprogramación o aquella disposición que la modifique o sustituya.***

En estos casos, el Agente Económico Preponderante deberá poner a disposición de estos los derechos para transmitir Contenidos Audiovisuales Relevantes sobre los que este adquiera o tenga derechos de transmisión, en condiciones no discriminatorias y que no inhiban la competencia.

El Agente Económico Preponderante deberá presentar al Instituto, en un plazo no mayor a 10 días hábiles siguientes a su suscripción, los contratos, convenios o cualquier documento que avale el sub-licenciamiento de Contenidos Audiovisuales Relevantes que haya firmado con terceros.

(Énfasis añadido)

Como se puede observar, la modificación de la medida establece que se debe sublicenciar a terceros que, si bien no son concesionarios, prestan el servicio a través de un canal de programación en multiprogramación, y que son parte del sector de radiodifusión como establece en las definiciones en los Lineamientos Generales para la Multiprogramación:

...

Artículo 2.- Para efectos de estos Lineamientos, y sin perjuicio de las definiciones previstas en la Ley y en los Lineamientos de Ventanilla Electrónica, se entiende por:

(...)

*XXI. Multiprogramación: distribución de más de un Canal de Programación en el mismo **Canal de Transmisión de Radiodifusión.***

(...)

*XXVI. Tercero: persona física o moral que cuenta con la capacidad de conformar un Canal de Programación y a la que un Concesionario de Radiodifusión puede brindar **acceso a uno o más Canales de Programación en Multiprogramación**, previa autorización del Instituto, quienes podrán ser programadores o Concesionarios.*

...

(Énfasis añadido)

Como se puede observar, en los Lineamientos, se esclarece que esta obligación es únicamente para el sector de Radiodifusión, y no solo quienes tienen una concesión para brindar servicios de radiodifusión están habilitados para poder hacer llegar contenidos radiodifundidos a la población, pues también existen otras figuras, tales como Programadores Nacionales Independientes, Programadores Nacionales, Programadores Extranjeros, entre otros, que a través de un canal multiprogramado de un concesionario podrían brindar tales contenidos, por lo que estos competidores son potenciales adquirientes de CAR mediante el sub-licenciamiento, pues se reitera que conforme a los Lineamientos de multiprogramación, los Servicios de Radiodifusión deben ser prestados en condiciones de competencia efectiva y libre concurrencia de agentes económicos.¹⁵⁰

Ahora bien, como se mencionó en el oficio de inicio, se evaluaron alternativas regulatorias para atender la prohibición estricta para GTV-Televisa de adquirir en exclusiva derechos de transmisión sobre CAR y para impedir que el AEPR adquiriera derechos de transmisión de CAR de forma exclusiva o realice cualquier otra conducta con efectos similares, por lo que la medida se modificó en ese sentido.

Si bien, la medida Décimo Octava menciona que ningún integrante del AEPR podrá adquirir derechos para transmitir en exclusiva CAR, la modificación a la medida está motivada al considerar que Grupo Televisa ha llevado a cabo distintas reestructuras, por lo que se hace necesario ampliar el alcance de la medida con el propósito de establecer que las empresas pertenecientes al GIE del AEPR tampoco puedan adquirir en exclusiva los derechos de CAR, a fin de evitar la evasión de la regulación, que potencialmente ocasionaría una práctica anticompetitiva.

Asimismo, GTV-Televisa menciona que de perderse la exclusividad de los contenidos y ser aprovechados de manera irrestricta por todos los agentes del mercado se perderá calidad de los espectáculos y que entre más condiciones se impongan al AEPR para la adquisición de contenidos que sólo se ofrecen en exclusiva, más se limita la posibilidad de que los titulares de los derechos los consideren para otorgarle el derecho de transmisión, es importante recordar que como se mencionó en la resolución del AEPR¹⁵¹, las medidas se establecen con el fin de evitar que el agente económico preponderante pueda utilizar el control de contenidos audiovisuales relevantes y canales de programación con propósitos anticompetitivos, así como garantizar a terceros el acceso en condiciones competitivas a contenidos y canales de programación que consideran necesarios para ofrecer sus servicios de manera exitosa.

Aunando a lo anterior, sugiere GTV-Televisa, considerar que el texto de la media Décimo Octava establezca únicamente que en caso de que algún organismo o entidad ofrezca los derechos de transmisión de Contenidos Audiovisuales Relevantes en exclusiva o que dichos derechos estén disponibles para un solo agente en territorio nacional, el Agente

¹⁵⁰ [Lineamientos Generales para el acceso a la Multiprogramación](#), pág. 5

¹⁵¹ Resolución AEPR, pág. 619

Económico Preponderante, sí podrá adquirir y mantener dichos derechos para ser transmitidos a través de televisión radiodifundida, solo si adquiere el derecho a sublicenciarlos a otros prestadores del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada, lo cual ya se encuentra establecido dentro de la modificación de las medidas por lo que no se estaría limitando ni mucho menos prohibiendo que GTV-Televisa siga adquiriendo CAR, solo se esclarece la medida con el fin de evitar que en una restructura el AEPR cree una empresa que adquiera CAR en exclusiva y por falta de especificidad salga del parámetro de regulación lo que provocaría poder de control por parte del AEPR hacia los CAR y con ello se afectaría la libre concurrencia.

Al respecto de las manifestaciones expuestas en este numeral, como se mencionó anteriormente, en los Lineamientos de Multiprogramación en su artículo segundo, fracción XXVI, esclarecen que la definición de “tercero” se refiere a una persona física o moral que cuenta con la capacidad de conformar un Canal de Programación y a la que un Concesionario de Radiodifusión puede brindar acceso a uno o más Canales de Programación en Multiprogramación, por lo que la modificación de la medida busca únicamente establecer que se presenten al Instituto contratos, convenios o cualquier documento que avale el sub-licenciamiento de Contenidos Audiovisuales Relevantes que el AEPR haya firmado con terceros que presten un canal de programación ya sea a través del servicio de televisión radiodifundida concesionada o a través de un canal de multiprogramación.

Por lo anterior, se modifican los párrafos segundo y tercero de la medida propuesta de la siguiente manera:

DÉCIMA OCTAVA .- (...)

En caso de que algún organismo o entidad ofrezca los derechos de transmisión de Contenidos Audiovisuales Relevantes en exclusiva o que dichos derechos estén disponibles para un solo agente en territorio nacional, el Agente Económico Preponderante, directamente o a través de subsidiarias y afiliadas propias o de participación mayoritaria que se encuentren bajo su control o influencia, sí podrá adquirir y mantener dichos derechos para ser transmitidos a través de televisión radiodifundida, solo si adquiere el derecho a sublicenciarlos a otros prestadores del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada, así como a terceros que sin ser concesionarios presten el servicio a través de un canal de programación en multiprogramación de conformidad con los Lineamientos Generales para el Acceso a la Multiprogramación o aquella disposición que la modifique o sustituya. En estos casos, el Agente Económico Preponderante deberá poner a disposición de estos los derechos para transmitir Contenidos Audiovisuales Relevantes sobre los que este adquiera o tenga

derechos de transmisión, en condiciones no discriminatorias y que no inhiban la competencia.

*El Agente Económico Preponderante deberá presentar al Instituto, en un plazo no mayor a 10 días hábiles siguientes a su suscripción, los contratos, convenios o cualquier documento que avale el sub-licenciamiento de Contenidos Audiovisuales Relevantes que haya firmado con **los prestadores del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada o terceros que presten el servicio a través de un canal de programación en multiprogramación.***

Como bien lo señala en la respuesta al Oficio de Inicio, la medida DÉCIMA OCTAVA se amplía para señalar que *“ningún integrante del Agente Económico Preponderante podrá adquirir, directamente o a través de filiales, subsidiarias y afiliadas propias o de participación mayoritaria, derechos para transmitir en exclusiva”.*

Al respecto, se reitera lo expuesto en el inciso a), en cuanto a el objetivo de esta modificación consiste en abarcar a las todas empresas que forman parte de su mismo grupo corporativo y que se encuentran bajo control directo (empresas filiales) o indirecto (empresas subsidiarias) de GTV-Televisa o de cualquier Afiliada Independiente, para ser consideradas en la regulación. Lo anterior, tomando en consideración lo establecido en los Resolutivos Quinto y Sexto de la Resolución de Preponderancia el cual establece lo siguiente:

QUINTO.- LAS MEDIDAS A QUE SE REFIERE EL RESOLUTIVO CUARTO DE LA PRESENTE RESOLUCIÓN, SERÁN APLICABLES A LOS INTEGRANTES DEL AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN QUE CUENTEN CON TÍTULOS DE CONCESIÓN DE TELEVISIÓN RADIODIFUNDIDA O QUE SEAN PROPIETARIOS O POSEEDORES DE INFRAESTRUCTURA PASIVA, ASÍ COMO DE LOS QUE LLEVEN A CABO LAS ACTIVIDADES REGULADAS EN EL PRESENTE INSTRUMENTO.

SEXTO.- LAS MEDIDAS A QUE SE REFIERE EL RESOLUTIVO CUARTO DE LA PRESENTE RESOLUCIÓN SERÁN OBLIGATORIAS A LOS MIEMBROS QUE FORMEN PARTE DEL AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE, ASÍ COMO A LAS PERSONAS FÍSICAS O MORALES QUE SEAN SUS CAUSAHABIENTES O CESIONARIOS DE SUS DERECHOS O QUE RESULTEN DE REESTRUCTURAS CORPORATIVAS O MODIFICACIONES ACCIONARIAS DERIVADAS DE CONCENTRACIONES DE CUALQUIER TIPO A AGENTES VINCULADOS CON EL AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE, PARA LO CUAL, DEBERÁN DISPONER LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES NECESARIOS PARA ELLO, A SATISFACCIÓN DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES. ESTA

PREVENCIÓN DEBERÁ APARECER EN LOS DOCUMENTOS, ACUERDOS, O COMBINACIONES EN QUE SE CONTENGAN LAS CONDICIONES DE CUALQUIER TRANSACCIÓN.

Lo anterior considerando que las Afiliadas Independientes no forman parte del grupo corporativo de GTV-Televisa, y con la finalidad de evitar cualquier estrategia que pueda ocasionar que se evada la regulación.

Lo anterior se robustece y encuentra justificación con lo resuelto por la Segunda Sala de la SCJN, en la sentencia dictada en el expediente 751/2018, de fecha 21 de noviembre de 2019 el cual, a la letra señala:

*“(...) En el mismo sentido, resulta fundado el agravio mediante el cual se combate la decisión de declarar legal la determinación de la autoridad reguladora al imponer al Agente Económico Preponderante en radiodifusión la prohibición de adquirir, directa o indirectamente, derechos para transmitir en exclusiva contenidos audiovisuales relevantes, a través de televisión radiodifundida para cualquier lugar del territorio nacional; tomando en consideración, primero, que al no contemplarse un mecanismo para distinguir los derechos y obligaciones que en lo individual tienen los integrantes del Agente Económico Preponderante; entonces, a las ahora recurrentes no puede imponérseles deberes sobre bienes de los que jurídicamente no puede disponer. En otras palabras, no hay razón para que las promoventes se obliguen, **a nombre de otras sociedades integrantes del Agente Económico Preponderante sin distinción alguna, por la simple razón de que no integran un grupo corporativo, ni se trata de una misma persona moral, pues si bien el Agente Económico Preponderante debe cumplir con las medidas impuestas en la resolución de preponderancia; lo cierto es que a las ahora recurrentes no puede imponérseles obligaciones sobre bienes de los que jurídicamente no dispone, pero sobre todo, lo que debe resaltarse, es que la modificación es inválida por la ausencia de un dictamen en términos del artículo 266, fracción XXIV, de la Lev Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.**”*

[énfasis añadido]

Con la propuesta de la Medida, se busca acatar lo establecido por la SCJN toda vez que se establece una redacción en la que se contempla la obligación de no adquirir CAR distinguiendo en lo individual a todos los integrantes del Agente Económico Preponderante, ya que la obligación queda expresada para todos los integrantes que conforman el AEPR.

Tal como se señala en la Resolución de Preponderancia, establecer al AEPR medidas referentes a Contenidos busca evitar que el AEPR pueda utilizar el control de contenidos audiovisuales relevantes y canales de programación con propósitos anticompetitivos, y

garantizar a terceros el acceso en condiciones competitivas a contenidos y canales de programación que consideran necesarios para ofrecer sus servicios de manera exitosa.

Asimismo, en la citada Resolución se señala:

*“(...) el artículo Octavo Transitorio del Decreto incluye distintas disposiciones encaminadas a mejorar las condiciones de competencia en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones. En el caso de la radiodifusión, las fracciones I y II del citado artículo transitorio prevén la obligación de ofrecer y retransmitir gratuitamente los **contenidos** radiodifundidos y la publicación de las bases y convocatorias para licitar nuevas concesiones de frecuencias de televisión radiodifundida.*

(...)

*Con la finalidad de **evitar que se afecte la competencia en el sector de televisión radiodifundida, se requieren medidas específicas que impidan al agente económico preponderante utilizar su potencial control sobre contenidos audiovisuales relevantes como instrumento para restringir injustificadamente la capacidad competitiva de terceros.***

El servicio de televisión radiodifundida involucra diversas actividades a lo largo de la cadena de valor, entre las cuales destacan la generación de contenidos, la venta mayorista de programas, la administración y programación de canales, la transmisión, y la venta de publicidad, entre otras.¹⁵²”

De todo lo anterior se desprende que al haber sido declarado como AEPR se debe regular el tema de Contenidos, ya que como se menciona en la Resolución de Preponderancia, los contenidos que captan amplias audiencias impactan significativamente las condiciones de competencia en el sector de radiodifusión¹⁵³, por lo que la regulación en este tema se justifica derivado de la necesidad de dinamizar la competencia para la adquisición de contenidos para la radiodifusión y permitir el acceso a señales, para mejorar las condiciones de competencia y libre concurrencia en mercados en los cuales participa el AEPR y con ello reducir las barreras a la entrada de los concesionarios entrantes. Asimismo, se salvaguardan posibles riesgos derivados de la existencia del agente económico preponderante, tales como su capacidad de negociación, el posicionamiento de sus productos y mecanismos de intercambio de información que pudieran derivar en colusiones¹⁵⁴.

Con base en lo anterior, lo señalado por GTV-Televisa en la respuesta al Oficio de Inicio sobre que la regulación de los contenidos está fuera de la esfera de IFT, se señala que no

¹⁵² Resolución de Preponderancia, página 614 y 615.

¹⁵³ Resolución de Preponderancia en Radiodifusión, p. 499

¹⁵⁴ Resolución de Preponderancia, página 623 y 624.

es correcta su afirmación, por tanto, si procede la modificación a las medidas de Contenidos, misma que busca:

- 1) Tener información adecuada para disminuir obstáculos para la regulación del sector. En agosto de 2003 la CEPAL, publicó un informe, titulado “*Acceso a la información: una tarea pendiente para la regulación latinoamericana*”¹⁵⁵. Dicho informe menciona que la información es considerada un requisito indispensable para la regulación de cualquier sector y resalta que, mientras las empresas buscan maximizar sus propios beneficios, el trabajo del regulador es garantizar el funcionamiento eficiente de los mercados y actuar en función de la maximización del bienestar general y, para que el regulador pueda cumplir con sus objetivos, es necesario que cuente con la información del mercado que está a su cargo para poder evaluar y emitir políticas que ayuden a cumplir las obligaciones del regulador, sin embargo, generalmente el regulador se ve limitado por la falta de información ya que no puede observar con precisión la conducta del regulado.
- 2) Tener datos sobre el manejo de los CAR por parte del AEP y la forma en la que llegan a las audiencias, con la finalidad de que el acceso a este servicio sea mayor, sin restricciones y en términos de competencia. Asimismo, la información servirá para que el Instituto pueda analizar y corregir las posibles asimetrías que existan en la adquisición de CAR.

Valoración de las pruebas

Como se mencionó en párrafos previos, GTV-Televisa no ofrecieron prueba alguna en el procedimiento de la revisión bienal en radiodifusión relacionada con la modificación a la Medida Décima Octava, por ende, no existe materia de análisis.

Medida final

En razón de lo expuesto, se determina el texto de la medida conforme a lo siguiente:

DÉCIMA OCTAVA.- Ningún integrante del Agente Económico Preponderante podrá adquirir, directa o indirectamente, derechos para transmitir en exclusiva, a través de televisión radiodifundida para cualquier lugar del territorio nacional, Contenidos Audiovisuales Relevantes, o realizar conductas con efectos similares.

En caso de que algún organismo o entidad ofrezca los derechos de transmisión de Contenidos Audiovisuales Relevantes en exclusiva o que dichos derechos estén disponibles para un solo agente en territorio nacional, el Agente Económico Preponderante, directamente o a través de subsidiarias y afiliadas propias o de participación mayoritaria que se

¹⁵⁵ Acceso a la información: una tarea pendiente para la regulación latinoamericana. Retrieved from CEPAL: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6420/1/S038522_es.pdf

encuentren bajo su control o influencia, sí podrá adquirir y mantener dichos derechos para ser transmitidos a través de televisión radiodifundida, solo si adquiere el derecho a sublicenciarlos a otros prestadores del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada, así como a terceros que sin ser concesionarios presten el servicio a través de un canal de programación en multiprogramación de conformidad con los Lineamientos Generales para el Acceso a la Multiprogramación o aquella disposición que la modifique o sustituya. En estos casos, el Agente Económico Preponderante deberá poner a disposición de estos los derechos para transmitir Contenidos Audiovisuales Relevantes sobre los que este adquiera o tenga derechos de transmisión, en condiciones no discriminatorias y que no inhiban la competencia.

El Agente Económico Preponderante deberá presentar al Instituto, en un plazo no mayor a 10 días hábiles siguientes a su suscripción, los contratos, convenios o cualquier documento que avale el sub-licenciamiento de Contenidos Audiovisuales Relevantes que haya firmado con los prestadores del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada o terceros que presten el servicio a través de un canal de programación en multiprogramación.

Medida relacionada con la oferta de canales de programación

En el Oficio de Inicio de Procedimiento, se notificó a los integrantes del AEPR la modificación al primer párrafo y la adición de los párrafos segundo y tercero de la Medida Décima Novena, en los siguientes términos:

“DÉCIMA NOVENA.- Cuando el Agente Económico Preponderante ofrezca cualquiera de sus Canales de Programación a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o terceros, en alguna Plataforma Tecnológica distinta a la de televisión radiodifundida, deberá ofrecerlos a cualquier otra persona que se los solicite para esa plataforma en los mismos términos y condiciones no discriminatorias y desagregadas por localidad. En caso de que se ofrezcan dos o más Canales de Programación en forma empaquetada, también deberán ofrecerse en forma desagregada.

El Agente Económico Preponderante deberá publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto la información relativa a los términos y condiciones en las que ofrece sus Canales de Programación, la cual deberá incluir al menos: las tarifas de referencia, así como la definición de los criterios aplicables y de las variables consideradas para su cálculo, las cuales deben ser cuantitativas y medibles; los modelos de los contratos aplicables; los planes de bonificaciones y descuentos; así como cualquier otra práctica comercial relevante.

El Agente Económico Preponderante deberá publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto la información referente a cualquier modificación a lo señalado en los párrafos anteriores, en un plazo no mayor a 10 días hábiles posteriores a la realización de dicha modificación.”

Manifestaciones de las Afiladas Independientes:

Respecto a la modificación de esta medida, no se presentaron manifestaciones por parte de las Afiladas Independientes.

GTV-Televisa expuso lo siguiente en sus manifestaciones:

a) Indebido alcance del concepto de desagregación por localidad.

En los Oficios, al realizarse un análisis de la oferta no discriminatoria y desagregada de Canales de Programación, ese Instituto establece que se considera que la medida Décima Novena ha tenido un impacto alto en cuanto al propósito que se planteó en la Resolución de Preponderancia de evitar que el AEPR ofrezca canales de programación de forma discriminatoria en plataformas tecnológicas distintas al STR. Esto, pues se identifica que el AEPR, en el periodo analizado ofreció sus Canales de Programación a sus propias filiales o subsidiarias en plataformas distintas al STR, también los ofreció a terceros a través de su oferta comercial, la cual es pública y se encontró disponible en su sitio de internet. Asimismo, se observa que el AEPR ofreció sus canales de programación de forma empaquetada y desagregada.

Como se desprende de lo anterior, queda en evidencia el cumplimiento por parte del AEPR de la medida Décima Novena conforme fue impuesta en la Resolución de Preponderancia.

Al respecto, ese Instituto deberá tomar en consideración que el texto de la medida Décima Novena de la Resolución de Preponderancia establece lo siguiente:

“DÉCIMA NOVENA. Cuando el Agente Económico Preponderante ofrezca cualquiera de sus Canales de Programación a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o terceros, en alguna Plataforma Tecnológica distinta a la de televisión radiodifundida, deberá ofrecerlos a cualquier otra persona que se los solicite para esa plataforma en los mismos términos y condiciones. En caso de que se ofrezcan dos o más Canales de Programación en forma empaquetada, también deberán ofrecerse en forma desagregada.”

(Énfasis añadido)

La medida vigente exige que los Canales de Programación se ofrezcan en los mismos términos y condiciones a cualquier persona que los solicite y, cuando se ofrecen dos o más canales de forma empaquetada, que éstos se ofrezcan también de manera desagregada. La última oración de la medida Décima Novena (sombreada en negritas en la transcripción

anterior) es condicional, en la cual queda claro que la condición se refiere a la existencia o no de “dos o más canales de programación en forma empaquetada”.

Esta oración de la medida Décima Novena se refiere al desempaquetamiento de los canales y utiliza desagregación como sinónimo, sin darle un contenido geográfico en ningún momento. De hecho, la condicional deja en claro que la desagregación tiene sentido sólo cuando hay dos o más canales empaquetados, por lo que es evidente que el término “desagregado” se utiliza como sinónimo de “desempaquetado”.

Por lo tanto, en la redacción vigente de la medida, conforme fue planteada en la Resolución de Preponderancia, la desagregación debe entenderse solamente como la oferta de dos o más Canales de Programación de manera separada, pero no en un ámbito geográfico específico.

Ello fue así confirmado por el Pleno de ese Instituto quien ya realizó una interpretación de la medida Décima Novena en Resolución de Preponderancia, señalando lo siguiente:

“Dado que los argumentos de GTV sobre contenidos y derecho de autor han resultado infundados e inoperantes, este Instituto considera oportuno mantener el sentido de las medidas; sin embargo, a efecto de aclarar diversos elementos que fueron objetados por GTV se ordena modificar las medidas sobre publicidad en el siguiente sentido:

...

(iii) Aclarar las reglas de acceso desagregado a canales de programación otorgados para una plataforma.

Medidas notificadas en el Oficio	Medidas definitivas	Justificación
VIGÉSIMA TERCERA. - Cuando el Agente Económico preponderante ofrezca cualquier Canal de Programación a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o terceros, en alguna Plataforma distinta a la televisión radiodifundida, deberá ofrecerlos a cualquier otra persona que se los solicite para esa plataforma en los mismos términos y condiciones ~~y en forma desagregada para cada Canal de Programación.~~	DÉCIMA NOVENA. Cuando el Agente Económico Preponderante ofrezca cualquiera de sus Canales de Programación a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o terceros, en alguna Plataforma Tecnológica distinta a la de televisión radiodifundida, deberá ofrecerlos a cualquier otra persona que se los solicite para esa plataforma en los mismos términos y condiciones. <u>En caso de que se ofrezcan dos o más Canales de Programación en forma empaquetada, también deberán ofrecerse en forma desagregada.</u>	Se modifica a efecto de clarificar que la oferta desagregada se refiere a los canales de programación. Esto con la finalidad de otorgar mayor certeza jurídica al agente económico preponderante respecto las posibles formas interpretación de la medida derivadas ambigüedades.

En resumen, las medidas en materia de contenidos audiovisuales del agente económico preponderante tienen como objetivo:

...

- *Evitar que éste ofrezca canales de programación de forma discriminatoria a plataformas tecnológicas distintas a la de televisión concesionada radiodifundida.*

...

De la lectura de la interpretación del Pleno de ese Instituto sobre lo que debe entenderse por desagregación, se desprende que éste concluyó que ello se refiere a los canales de programación, pero en ningún momento hace referencia alguna al ámbito geográfico de esta desagregación, ya que ello implicaría una carga económica y regulatoria excesiva al AEPR, además de no ser técnicamente factible llevar a cabo la desagregación al nivel requerido por ese Instituto. Así, de acuerdo con la medida Décima Novena, en caso de que se ofrezca un solo canal de programación, no hay un mandato de desagregación geográfica ya que el texto especifica: *“En caso de que se ofrezcan **dos o más** canales de programación, canales de programación en forma empaquetada, también deberán ofrecerse en forma desagregada” (énfasis añadido).*

Sobre este punto, conviene insistir que la justificación por parte del IFT para imponer la medida Décima Novena en la Resolución de Preponderancia fue la de evitar que los canales de programación de los miembros del AEPR fueran utilizados para desplazar a otros competidores, pues por su estructura vertical podría buscar generar ventajas exclusivas en beneficio de su grupo interés. Es decir, se buscaba evitar que el AEP afecte a otros competidores.

Así, al ofrecer de manera desagregada los canales de programación se eliminarían los incentivos para que el AEPR realizara prácticas monopólicas como ventas atadas, negativa de trato y discriminación, garantizando de esta forma que atendiera las solicitudes en condiciones no discriminatorias entre empresas pertenecientes al AEPR y a terceros, al considerar que sus señales son las que tienen mayor audiencia y en consecuencia tienen valor para ser transmitidas a través de otras plataformas que lo soliciten.

Adicionalmente, se estimó que la negativa de trato o la comercialización discriminatoria a otros competidores de las señales del AEPR podrían distorsionar el proceso de competencia y libre concurrencia, por lo tanto, con la medida Décimo Novena se buscaba eliminar la posibilidad de no comercializar dichos contenidos con fines anticompetitivos. Ahora bien, contrario a la clara intención de la Resolución de Preponderancia recién aludida, los Oficios plantean lo siguiente:

“Sin embargo, es de mencionar que en el Análisis en Materia de Competencia se menciona que se ha solicitado la intervención del Instituto

para resolver sobre posibles incumplimientos de las obligaciones de desagregación de canales de programación para algunas localidades, además, en la práctica se observa que la adquisición desagregada de Canales de Programación de Grupo Televisa se ha dado de manera muy limitada pues, en relación con la implementación relacionada con los canales de programación, solo en 8 de los 645 contratos que se reportaron durante el primer trimestre de 2017 y el cuarto trimestre de 2021, se contrataron canales de manera desagregada.

Por lo anterior, se modifica la obligación con la finalidad de dar claridad en cuanto a la ubicación en que deberá ser entregado el servicio y evitar ambigüedades en el término “desagregación”, ya que como se señaló, la adquisición de canales en forma desagregada ha sido muy limitada. Obligar a cualquier concesionario de STAR o de cualquier otra plataforma tecnológica distinta a la de la televisión radiodifundida a contratar el acceso de un Canal de Programación para todas las localidades en las que tenga presencia, o en una dimensión geográfica más amplia que la deseada, afectan la capacidad de competir de los concesionarios solicitantes en la provisión de dicho servicio y, en consecuencia, a los usuarios finales.

De igual forma, se modifica la medida para señalar el alcance sobre la ubicación geográfica en la prestación del servicio, debido a que la medida no precisa el alcance de la obligación de ofrecer Canales de Programación de forma desagregada, lo cual podría generar incertidumbre a los interesados en adquirir canales del STR que ofrecen los miembros del AEPR, particularmente Grupo Televisa. En particular, el texto vigente no precisa si los concesionarios del STAR podrían solicitar acceso a señales del STR a nivel de localidad para retransmitirlas únicamente en aquellas localidades (“zona de sombra”) donde no tienen acceso a los canales del AEP” mediante la obligación de acceso y retransmisión (must carry y most offer).”

Como se desprende de lo anterior, la modificación propuesta, que técnicamente y en la realidad constituye una ampliación, tiene como base el Análisis en Materia de Competencia en el que se establece que el AEPR ofrece canales de programación “A la Carta” a los concesionarios del STAR de hasta nivel municipal y que se ha solicitado la intervención del Instituto para resolver sobre posibles incumplimientos de la obligación de ofrecer de forma desagregada canales de programación para algunas localidades, es decir, con ese nivel de desagregación geográfica.

Es importante destacar que, en notas al pie contenidas en el Análisis en Materia de Competencia, se aclara que los expedientes a los que se refiere al hacer referencia a las solicitudes para intervenir y resolver posibles incumplimientos son los expedientes 2S.21-4-40.123.16 y 2S.21.40.052.17 de la Unidad de Cumplimiento.

Al respecto, es necesario tomar en consideración que dichos procedimientos derivaron de solicitudes presentada (sic) por Mega Cable, S.A. de C.V. (“Mega Cable”), mediante las cuales, entre otras cosas, solicita se inicie el procedimiento de desacuerdo para fijar tarifas, solicitando al IFT le ordene a mis representadas en su carácter de AEPR le otorguen la retransmisión de las señales NO radiodifundidas (i) “Las Estrellas -1 hora”, (ii) “Las Estrellas -2 hora”, (iii) “UTDN”, (iv) “TDN” y (v) “TDN HD” (en su conjunto, en adelante referidas como “Señales No Radiodifundidas”).

El argumento medular de Mega Cable para solicitar lo anterior es que la medida Vigésima Octava de la Resolución de Preponderancia dispone que, en caso de que se suscite un desacuerdo sobre la tarifa, el IFT puede ordenarle al agente económico preponderante la prestación del servicio (otorgamiento de contenidos) con independencia de que dicho Instituto resuelva con posterioridad la tarifa respectiva.

El argumento de Mega Cable constituía una falacia, ya que descansaba sobre la premisa falsa de que a las Señales No Radiodifundidas que solicitó les son aplicables las Medidas de la Resolución de Preponderancia.

El 17 de enero de 2022, se emitió resolución en el expediente E-IFT.UC.DG-SAN.II.0342/2018 de la Unidad de Cumplimiento de ese Instituto mediante el cual se resolvió que existe la oferta de todos los canales de programación que se radiodifunden y de manera individual, publicadas en la página de internet del AEPR por lo que se cumple con la medida Décima Novena.

Con lo anterior se demuestra que la justificación contenida en el Análisis en Materia de Competencia sobre la necesidad de modificar la medida no es aplicable al caso concreto, ya que nunca existió duda alguna respecto a la interpretación del término “desagregación”.

El propio IFT, al resolver el expediente E-IFT.UC.DG-SAN.II.0342/2018 antes aludido, determinó con el carácter de cosa juzgada que la medida Décimo Novena únicamente se refiere a desagregación de canales de programación y no así a desagregación geográfica. Al respecto, se determinó que la intención del Pleno al emitir la medida era que se entendiera que la desagregación se refería únicamente a canales de programación.

Derivado de lo anterior, la supuesta intención de “evitar ambigüedades en el término desagregación”¹⁵⁶ y los “indicios de que existe incertidumbre en la interpretación del alcance de la obligación de ofrecer forma desagregada canales de programación”¹⁵⁷ no es necesaria y mucho menos es necesario añadir que los canales de programación deben desagregarse por localidad, ya que dicho término es el que en su caso, resulta ambiguo, máxime, cuando no han existido dichas solicitudes por parte de terceros y cuando como el propio Instituto reconoce, estos canales ya se ofrecen a nivel municipal.

¹⁵⁶ Oficios, Inicio de evaluación de las Medidas de Preponderancia, Unidad de Política Regulatoria, página 32

¹⁵⁷ Análisis de competencia económica. Unidad de Competencia Económica del IFT, página 71

Así queda demostrado que **la medida propuesta no es una modificación, sino en realidad una ampliación de la misma.**

Al respecto, cobra relevancia lo resuelto en la ejecutoria de amparo en revisión 751/2018, emitida por la Segunda Sala de la SCJN, donde se concluyó la inconstitucionalidad de ampliar las Medidas cuando no se justifica la razonabilidad de la medida adicional.

“Tomando en consideración las facultades del Instituto para emitir la declaratoria de preponderancia de un agente económico, y su obligación de emitir actos debidamente fundados y motivados; resulta incuestionable que las adiciones a las medidas deben encontrar plena justificación, ya sea porque a través de un proceso de evaluación de impacto de las medidas anteriores se haga evidente que no funcionaron y se requieran medidas correctivas para solucionarlo, o bien, porque el agente económico incumplió con sus deberes y no se alcanzó la finalidad que se buscaba.

Por consiguiente, el justo alcance de la fracción XXIV del artículo 266 de la Ley Federal de Telecomunicaciones debe ser atendida en el sentido de que resulta indispensable establecer sin lugar a dudas, la afectación económica que se pretende corregir; y, justificar la razonabilidad de la medida adicional con relación a dicha afectación, porque el listado de medidas que el Instituto puede imponer al Agente Económico Preponderante está contenido en el propio precepto citado, y la imposición de medidas adicionales es un caso de excepción que deriva justamente de la intención de prevenir una afectación a la competencia económica, es decir, busca regularlos aspectos que no lograron los fines deseados y explicar por qué se corregiría tal situación.”¹⁵⁸

Derivado de lo anterior, carece de sustento la adición a la medida Décima Novena que busca imponer que los canales de programación sean ofrecidos por localidad.

- El IFT no justifica cómo la desagregación a nivel territorial permitirá una mayor competitividad, únicamente se limita a referirse al Análisis realizado por la UCE, sin señalar de qué manera considera que esto impactará positivamente.
- La medida carece de racionalidad y proporcionalidad, pues si bien es cierto que el IFT es un órgano regulador con deferencia técnica, lo cierto es que sus medidas deben de estar justificadas, lo cual no acontece en la especie.
- El propio IFT señala que la medida original ha tenido un impacto alto en el propósito para el cual se planteó en la Resolución de Preponderancia de 2014, pues

¹⁵⁸ Página 52 de la ejecutoria de amparo en revisión 751/2018, emitida por la Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación.

el AEPR ofreció sus canales de programación a terceros a través de su oferta comercial.

- El propio IFT señala que la adquisición desagregada de los canales del AEPR se ha dado muy poco en la práctica - lo cual nuevamente no es atribuible al AEPR y no hace sino reflejar el incorrecto análisis llevado a cabo por el IFT respecto de la realidad del mercado, así como la falta de necesidad y eficacia de la medida.
- Si bien es cierto que el IFT cuenta con la facultad para ordenar la desagregación, dicho concepto no puede extenderse a un nivel geográfico. Al llevarlo a cabo, se crea una distorsión de la finalidad perseguida por la desagregación de canales del AEPR, incurriendo el IFT en desvío de poder, pues se aleja de la finalidad para la cual se implementó en un principio la medida. Aunado a que se vulnera autoridad de la cosa juzgada en los términos que han sido ya expuestos.

b) El argumento de la desagregación geográfica carece de sustento económico y técnico.

En primer lugar, cabe recordar que los canales de programación que se pretenden desagregar geográficamente son de carácter “nacional” por lo que no tiene sentido pretender que se implementen ajustes a la medida para cada localidad.

El argumento de ese Instituto en los Oficios es que *“obligar a cualquier concesionario de STAR o de cualquier otra plataforma tecnológica distinta a la de televisión radiodifundida a contratar el acceso de un Canal de Programación para todas las localidades en las que tenga presencia, o en una dimensión geográfica más amplia que la deseada, afectan la capacidad de competir de los concesionarios solicitantes en la provisión de dicho servicio, y en consecuencia de los usuarios finales”*.

Si llevamos dicho argumento al extremo, significaría que el nivel de desagregación más propicio para adecuarse a las preferencias del consumidor es ofrecer desagregación por suscriptor y emigrar a un contenido “a la carta” tipo pago por evento. Obviamente, esto implicaría un significativo encarecimiento del servicio de televisión de paga ya que el consumidor final perdería el acceso a las fuertes economías de escala que se derivan de la conformación de paquetes de programación y de su distribución.

Una oferta totalmente desagregada por hogar elevaría el costo para todos y cada uno de los suscriptores. En efecto, el consumidor se beneficia de las economías de escala derivadas de la venta regional en forma empaquetada y del precio único para todos los suscriptores. El precio ofrecido por los canales abiertos depende del número de posibles televidentes que generan ingresos publicitarios: a mayor número de televidentes por región de cobertura, menor es el precio. El precio también depende de la disposición a pagar de los suscriptores: a mayores beneficios de tener acceso a un canal, mayor precio. La imposibilidad de conocer las preferencias de cada uno de los suscriptores, así como el hecho de que varios suscriptores se encuentran normalmente agregados en un hogar, lleva

a ofrecer canales de manera empaquetada para ofrecer los canales a un precio más asequible para todos los suscriptores de un proveedor. Tener una base de suscriptores mucho más amplia y no para cada localidad permite ofrecer el servicio a toda la base a un precio mucho más asequible.

Adicionalmente, al crecer el número de suscriptores por paquete se permite al proveedor una mejor negociación para la obtención de canales y contenidos para todas las zonas geográficas. La diversidad de preferencias de los suscriptores funciona como una especie de seguro por medio del cual todos los suscriptores se benefician de paquetes amplios a pesar de que cada uno tenga una preferencia relativa distinta al resto.

El empaquetamiento geográfico está sujeto a fuertes economías de escala producto de su forma de distribución por medio de servicios de satélite. Los canales de programación se envían a nivel nacional por Televisa, S. de R. L. de C.V. por satélite para transmitirse desde y hacia la cabecera en una red MFC (*Hybrid Fiber Coaxial*) para su distribución. La cabecera no obedece la misma frontera de división política (estados, municipios y localidades) que la exigencia de desagregación de Canales a nivel local, y por lo tanto una Cabecera puede abarcar más de una localidad.

Derivado de lo anterior, carece de sustento económico y técnico la modificación a la medida Décima Novena que busca imponer que los canales de programación sean ofrecidos por localidad.

Pruebas

Para sustentar sus manifestaciones GTV-Televisa presentó las siguientes pruebas:

Documental privada consistente en el “Análisis del Ingeniero [Nombre de persona física]”, señalada por los oferentes como “**Anexo 3**” en el Escrito de Manifestaciones de GTV-Televisa.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona: Con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, (IX) Medida relacionada con la oferta de canales de programación. (**Medida Décima Novena**).

Objeto de la prueba: acreditar que, con base en un peritaje en radiodifusión y telecomunicaciones, el alcance técnico de la Medida Décima Novena es indebido.

Pericial en Economía consistente en el dictamen rendido por [Nombre de persona física], perito en economía, designado por GTV-Televisa en el Escrito de Manifestaciones.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona: Con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (A)

Cuestiones procesales y formales, (V) Indevida motivación de los Oficios por lo que hace a las consideraciones en torno al sector de radiodifusión que fundamentan la razonabilidad de modificar las Medidas; y (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios: (IX) **Medida relacionada con la oferta de canales de programación** y (XI) **Medidas relacionadas con publicidad**.

Objeto de la prueba: acreditar que con base en un peritaje económico, (i) las condiciones de mercado que se determinaron en su momento al AEPR han cambiado y que, en las condiciones actuales, dicha condición debería ser reevaluada, (ii) hay un alto incremento en la oferta de contenidos audiovisuales vía streaming, (iii) la modificación de la medida Décima Novena propuesta por ese Instituto en relación con la desagregación por localidades carece de sustento económico y es indebida, (iv) la modificación de las Vigésima Primera y Vigésima Segunda propuestas por ese Instituto en relación con la publicidad no tienen sustento económico y son indebidas, **con la indebida interpretación de la medida Décima Novena de la Resolución de Preponderancia**.

Pericial en Radiodifusión y Telecomunicaciones consistente en el dictamen rendido por [Nombre de persona física], perito en Radiodifusión y Telecomunicaciones, designado por GTV-Televisa en el Escrito de Manifestaciones.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona: La presente probanza se relaciona con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, (VII) Medidas relacionadas con la compartición de infraestructura; y (IX) **Medida relacionada con la oferta de canales de programación**.

Objeto de la prueba: acreditar el procedimiento que se lleva a cabo para la distribución de canales de programación a concesionarios de radiodifusión y concesionarios de televisión restringida, así como las características y capacidad satelital necesarios para ello.

La Inspección Ocular: consistente en la visita que realice el funcionario adscrito al Instituto a las instalaciones de GTV-Televisa para efecto de verificar y constar (i) la operación que se lleva a cabo para distribuir señales radiodifundidas y de televisión restringida en la infraestructura de Televisa (ii) los equipos de telecomunicaciones necesarios para llevar a cabo la distribución de señales de televisión restringida, (iii) capacidad satelital con la que cuenta Televisa e (iv) imposibilidad técnica para ofrecer canales de programación radiodifundidos desde localidades.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona: con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, (IX) **Medida relacionada con la oferta de canales de programación**.

Objeto de la prueba: acreditar que contrario a lo que señala el Instituto, existe una imposibilidad técnica para ofrecer los canales de programación en los términos que pretende esa (sic) Instituto.

Consideraciones del Instituto

Análisis en Materia de Competencia:

La Medida Décima Novena tanto en la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión como en Resolución Bienal en Radiodifusión aplicable a las Afiliadas Independientes establece que cuando el AEPR ofrezca cualquiera de sus Canales de Programación radiodifundidos a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o terceros en alguna plataforma distinta al STR, deberá ofrecerlos a cualquier otra persona que se los solicite para esa plataforma en los mismos términos y condiciones. Asimismo, establece que, en caso de que se ofrezcan 2 (dos) o más Canales de Programación en forma empaquetada, también **deberán ofrecerse en forma desagregada**.

Así, la Medida Décima Novena establece dos obligaciones:

1. **Trato no discriminatorio.** Esta obligación consiste en que, si el AEPR ofrece alguno de sus Canales de Programación radiodifundidos en alguna Plataforma Tecnológica distinta al STR, entonces debe ofrecerlos a cualquier otra persona que se los solicite para esa plataforma en los mismos términos y condiciones.
2. **Oferta desagregada.** Esta obligación consiste en que, si el AEPR ofrece dos o más Canales de Programación en forma empaquetada, también debe ofrecerlos en forma desagregada. Esta obligación no requiere que el acceso en forma desagregada ya exista para un tercero.

En cuanto a la implementación de la Medida Décima Novena, se identifica lo siguiente:

GTV-Televisa¹⁵⁹

Entre el 1T 2017 y el 4T 2021,¹⁶⁰ GTV-Televisa ha ofrecido Canales de Programación en plataformas distintas al STR a terceros y a sus propias filiales o subsidiarias. Como se observa en la siguiente tabla, en la gran mayoría de los contratos celebrados para plataformas distintas al STR, los Canales de Programación se han adquirido de manera empaquetada, pues solo 8 (ocho) de los 645 (seiscientos cuarenta y cinco) contratos que se reportan en el periodo son para la adquisición desagregada de canales.

¹⁵⁹ La información de GTV-Televisa para el periodo del 1T 2017 al 4T 2021 se obtuvo de los ITC correspondientes exclusivamente para las Medidas impuestas mediante la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión, así como del IC de Grupo Televisa. En consecuencia, todas las modificaciones, supresiones o adiciones a las Medidas realizadas mediante la Resolución Bienal en Radiodifusión no se consideraron en el análisis, en virtud de que no le resultan aplicables a GTV-Televisa.

¹⁶⁰ Los ICT 1T 2020, 2T 2020 y 3T 2020 no contienen información para Grupo Televisa. La información del 1T 2021 al 4T 2021 se obtuvo del IC de GTV-Televisa.

Tabla 16. Ofrecimiento de Canales de Programación en plataformas distintas al STR por parte de GTV-Televisa

ITC	Contratos	Agentes contratantes	Plataforma	Tipo
4T 2021	7	Terceros	STAR	Empaquetado (5) Desagregado (2)
3T 2021	112	Terceros		Empaquetado (111) Desagregado (1)
2T 2021	105	Terceros		Empaquetado (104) Desagregado (1)
1T 2021	96	Terceros		Empaquetado (95) Desagregado (1)
4T 2020	32	Terceros	STAR	Empaquetado (32)
4T 2019	5	Terceros	STAR	Empaquetado (4) Desagregado (1)
3T 2019	4	Terceros	STAR	Empaquetado (4)
2T 2019	2	Terceros	STAR	Empaquetado (2)
1T 2019	6	Terceros	STAR	Empaquetado (6)
4T 2018	4	Terceros	³	Empaquetado (4)
3T 2018	8	Terceros	³	Empaquetado (8)
2T 2018	17	Terceros	³	Empaquetado (17)
1T 2018	201	Terceros y subsidiarias	³	Empaquetado (201)
4T 2017	42	Terceros (32) Filiales o subsidiarias (9) ¹	³	Empaquetado (40) Desagregado (2) ²
2T 2017	4	Terceros	STAR	Empaquetado (4)
			Total	645

Fuente: Análisis en Materia de Competencia

Notas:

Los ITC 1T 2017, 1T 2020, 2T 2020 y 3T 2020 no contienen información para Grupo Televisa; el ITC 3T 2017 señala que Grupo Televisa no suscribió contratos.

¹ Grupo Televisa declaró que suscribió un total de 42 contratos con 41 concesionarios diferentes.

² Los contratos se firmaron con el mismo agente.

³ En los ITC 4T 2017, 1T 2018, 2T 2018, 3T 2018 y 4T 2018 se señala que Grupo Televisa "ha declarado ofrecer (...), a filiales, subsidiarias y terceros, de manera empaquetada y desagregada canales de programación en alguna plataforma distinta a la televisión radiodifundida que coinciden en más de un 50% del radiodifundido entre las 6 y las 24 horas en el mismo día", no obstante, no se especifica la plataforma tecnológica para la cual se suscribieron los convenios reportados.

Afiliadas Independientes¹⁶¹

En cuanto al ofrecimiento de Canales de Programación radiodifundidos o que coincidan en más de un 50% del radiodifundido entre las 6 y las 24 horas del mismo día por parte de las Afiliadas Independientes en plataformas distintas al STR, se advierte que la gran mayoría de ellas no ofrecen sus Canales de Programación en alguna plataforma tecnológica distinta al STR y solo algunas de ellas, aunque señalaron no haber ofrecido sus Canales de

¹⁶¹ La información de las Afiliadas Independientes para el periodo del 1T 2017 al 4T 2020 se obtuvo de los ITC correspondientes, mientras que la información para 2021 se obtuvo del IC de las Afiliadas Independientes.

Programación en plataformas distintas al STR, retransmitieron ellas mismas sus Canales de Programación radiodifundida a través de Internet, como se observa en la siguiente tabla.

Tabla 17. Ofrecimiento de Canales de Programación en plataformas distintas al STR por parte de Afiliadas Independientes

Afiliada Independiente	4T 20 21	3T 20 21	2T 20 21	1T 20 21	4T 20 20	3T 20 20	2T 20 20	1T 20 20	4T 20 19	3T 20 19	2T 20 19	1T 20 19	4T 20 18	3T 20 18	2T 20 18	1T 20 18	4T 20 17	3T 20 17
Televisión, S.A. de C.V.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V. ²	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Televisora de Durango, S.A. de C.V. ⁷	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Hilda Graciela Rivera Flores	S N	S N	S N	SN	S N	SN	SN	SN	SN	N	N	SN	SN	N	N	SN	SN	SN
Roberto Casimiro Gonzáles Flores	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	SN	SN	N	N	SN	SN	SN
Ramona Esparza González	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
TV Ocho, S.A. de C.V.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V. / Telsusa ¹	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
José Humberto y Loucille, Martínez Morales	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Televisión de Michoacán, S.A. de C.V.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Mario Enrique Mayans Concha	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Televisión de la Frontera, S.A.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Pedro Luis Fitzmaurice Meneses	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
TV Diez Durango, S.A. de C.V.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	SN	N	N	N	N	N
Comunicación del Sureste, S.A. de C.V. ³	N O	N O	N O	N O	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N

Afiliada Independiente	4T 20 21	3T 20 21	2T 20 21	1T 20 21	4T 20 20	3T 20 20	2T 20 20	1T 20 20	4T 20 19	3T 20 19	2T 20 19	1T 20 19	4T 20 18	3T 20 18	2T 20 18	1T 20 18	4T 20 17	3T 20 17
Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V. ⁴	N O	N O	N O	N O	N O	N O	N O	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Televisión de Tabasco, S.A.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
TV de Culiacán, S.A. de C.V. ⁵	N O	N O	N O	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Televisión del Pacífico, S.A. de C.V. ⁶	N O	N O	N O	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Televisora XHBO, S.A. de C.V.	S N	S N	S N	SN	S N	SN	SN	SN	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Televisora Potosina, S.A. de C.V.	S N	S N	S N	SN	S N	SN	SN	SN	N	SN	N	N	N	N	N	SN	SN	SN
José de Jesús Partida Villanueva	N A	N A	N A	NA	N A	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Televisión La Paz, S.A.	N A	N A	N A	NA	N A	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA

Fuente: Análisis en Materia de Competencia.

Notas:

N: No ofrecen sus canales en ninguna plataforma tecnológica distinta al STR; son retransmisores y no ofrecen sus canales de programación; transmiten ellos mismos sus canales **a través de internet**.

SN: Sin información.

NA: No Aplica, dado que el Concesionario no cuenta con título de concesión vigente o cedió los derechos y obligaciones de su concesión.

NO: No está obligado, en virtud de que dejó de formar parte del AEPR.

¹ Telsusa es causahabiente de Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V., al ser cesionaria de la estación XHBG-TDT en Uruapan, Michoacán, por lo que, a partir del 3T 2020, Telsusa debe cumplir con las obligaciones de la concesión objeto de la cesión que establezcan las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas aplicables (incluyendo la regulación asimétrica).

² El 15 de diciembre de 2021, Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/151221/745.

³ El 25 de noviembre de 2020, Comunicación del Sureste, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/251120/483. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 9 de diciembre de 2020.

⁴ El 04 de marzo de 2020, Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/040320/77. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 17 de marzo de 2020.

⁵ El 17 de febrero de 2021, TV de Culiacán, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/170221/93. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 25 de febrero de 2021.

⁶ El 10 de marzo de 2021, Televisión del Pacífico, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/100321/100. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 23 de marzo de 2021.

⁷ El 17 de noviembre de 2021, Televisora de Durango, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/171121/607. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 30 de noviembre de 2021.

En el ITC 1T 2017, TV de Culiacán, S.A. de C.V. y Televisión del Pacífico, S.A. de C.V. reportaron otorgar consentimiento para retransmitir su señal a filiales, subsidiarias o empresas relacionadas, para el STR e Internet; no obstante, dicho ofrecimiento de señal no presentó coincidencia mayor al 50% del radiodifundido entre las 6 y 24 horas; asimismo, no se identifica ofrecimiento o solicitudes por parte de algún tercero. Por su parte, Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V. ofreció sus canales de programación a un tercero, Patronato para Instalar Repetidoras, Canales de Televisión, Coatzacoalcos, Veracruz, A.C., para el STR y no para una plataforma distinta. Del resto de Afiliadas Independientes no se reporta información en dicho trimestre. Asimismo, el ITC 2T 2017 no contiene información para las Afiliadas Independientes.

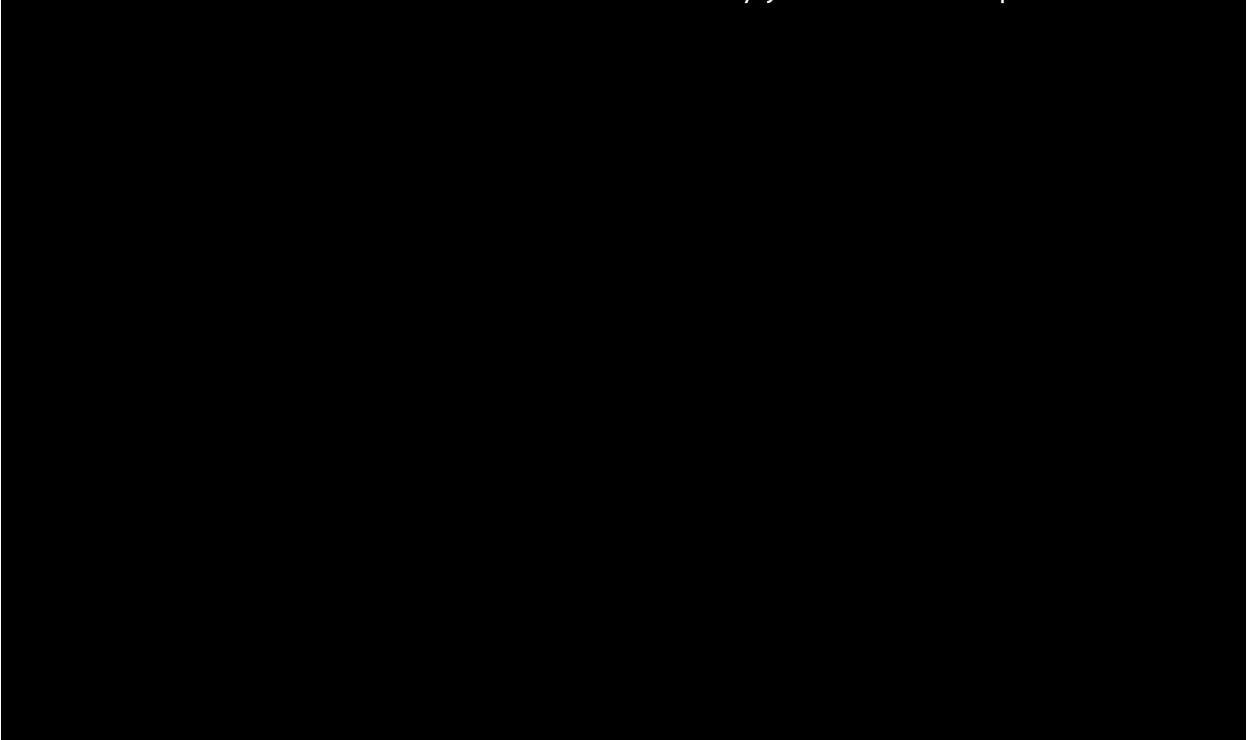
Así, con base en la información antes expuesta, no se identifica que las Afiliadas Independientes hayan ofrecido Canales de Programación radiodifundidos (de manera empaquetada o desagregada) a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o terceros en alguna plataforma distinta al STR.

Informe conductual

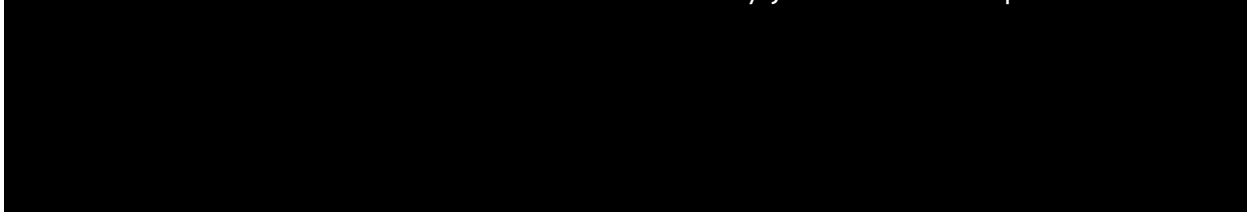
Grupo Televisa.

En el Informe Conductual se identifica la oferta sus canales de programación, siendo estos: Las Estrellas, Foro TV, Canal 5 y Nu9ve. Dichos canales, se adquirieron de manera empaquetada, junto con otros canales de programación para televisión restringida por terceros.

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral



Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral



Además de transmitir en televisión radiodifundida, transmite sus canales de programación a través de –terceros por televisión restringida, de acuerdo a los Lineamientos “Must Carry - Must Offer”, así como en internet.

Afiliadas Independientes.

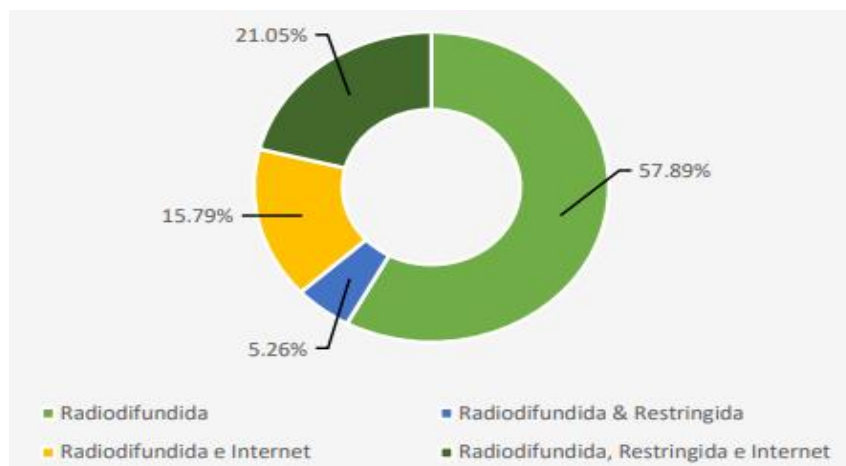
Por otra parte, se advirtió que las Afiliadas Independientes no ofrecieron sus canales de programación radiodifundidos en ninguna de las plataformas tecnológicas, debido a ello, no se suscribieron convenios de canales de programación.

Asimismo, el Informe Conductual menciona que tanto TelevisoraXHBO, S.A. de C.V.¹⁶², Hilda Graciela Rivera Flores y Televisora Potosina, S.A. de C.V., no proporcionaron información para el periodo en revisión, por lo que continúan las actividades de supervisión y verificación.

Por otro lado, las Afiliadas Independientes¹⁶³ transmitieron sus canales de programación a través de televisión radiodifundida, adicionalmente, algunas transmitieron a través de televisión restringida e internet de acuerdo con lo siguiente:

- Roberto Casimiro González Treviño, TV de Culiacán, S.A. de C.V., Televisión del Pacífico, S.A. de C.V., y TV Diez Durango, S.A. de C.V., transmiten sus canales de programación a través de terceros por televisión restringida, de acuerdo a los Lineamientos “Must Carry - Must Offer” y a través de internet.
- Televisora de Durango, S.A. de C.V., transmite sus canales de programación a través de –terceros por televisión restringida, de acuerdo a los Lineamientos “Must Carry - Must Offer”.
- Telsusa Televisión México, S.A. de C.V., Comunicación del Sureste, S.A. de C.V. y Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V., transmitieron sus canales de programación a través de internet sin fines de lucro.

Cuadro 7. Participación de las plataformas tecnológicas.



¹⁶² Presentó información correspondiente al 4T 2021

¹⁶³ La información de TelevisoraXHBO, S.A. de C.V. corresponde al 4T 2021

Dictamen sobre las medidas específicas adicionales impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión.

Marco Jurídico. En cumplimiento a lo dispuesto por el último párrafo del artículo 266 de la LFTR, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 6º, fracción XXVII del Estatuto, el Pleno del Instituto emite el dictamen a que hace referencia el último párrafo del artículo 266 de la LFTR.

a) la posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir

Por otro lado, en el Análisis en Materia de Competencia se consideró que la Medida Décima Novena ha tenido un impacto **alto** en cuanto al propósito que se planteó en la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión de **evitar que el AEPR ofrezca Canales de Programación de forma discriminatoria en plataformas tecnológicas distintas al STR**. Esto, pues se identifica que Grupo Televisa, quien en el periodo analizado ofreció sus Canales de Programación a sus propias filiales o subsidiarias en plataformas distintas al STR, también los ofreció a terceros a través de su oferta comercial, la cual es pública y se encontró disponible en su sitio de internet.¹⁶⁴ Asimismo, se observa que Grupo Televisa ofreció sus Canales de Programación de forma empaquetada y desagregada.

No obstante, se observa que la Medida Décima Novena no precisa el alcance de la obligación de ofrecer Canales de Programación de forma desagregada, lo cual podría generar incertidumbre a los interesados en adquirir canales del STR que ofrecen los miembros del AEPR, particularmente GTV--Televisa. En particular, el texto vigente no precisa si los concesionarios del STAR podrían solicitar acceso a señales del STR a nivel de localidad para retransmitirlas únicamente en aquellas localidades (“zona de sombra”) donde no tienen acceso a los canales del AEPR mediante las obligaciones de acceso y retransmisión (*must carry y must offer*).¹⁶⁵

En relación con lo anterior se observa que, en la práctica:

- **Nombre de persona moral** ofrece *Canales de Programación “A la Carta”* a los concesionarios del STAR de forma desagregada **hasta nivel municipal**.

Sin embargo, del contenido de la oferta en relación con las tarifas aplicables, se advierte que los concesionarios del STAR solicitantes de los Canales de Programación deberán pagar por i) la totalidad de suscriptores que tengan en cada municipio, exceptuando los suscriptores del paquete de menor precio, siempre y cuando el concesionario solicitante no incluya el Canal de Programación en ese

¹⁶⁴ Los ITC e IC no reportan desacuerdos relativos a las condiciones bajo las cuales Grupo Televisa ofrece sus Canales de Programación. Por lo cual, esta UCE no identifica indicios de que Grupo Televisa haya ofrecido de forma discriminatoria sus Canales de Programación.

¹⁶⁵ En términos del artículo 164 de la LFTR, los concesionarios del STAR tienen acceso gratuito a los canales del AEPR en las mismas localidades (la misma zona de cobertura geográfica) donde el AEPR transmite las señales radiodifundidas.

- El Instituto debe garantizar mediante la revisión y aprobación de ofertas comerciales del AEPR que las tarifas para los Canales de Programación en zona de sombra (donde no se perciben sus señales radiodifundidas) sean ofertados de forma desagregada bajo condiciones competitivas. Dichos accesos para su licenciamiento deben ser de forma equitativa, competitiva, no discriminatoria, conveniente y eficiente para todos los concesionarios o proveedores de contenidos audiovisuales sobre cualquier plataforma tecnológica.
- Para lo anterior, el AEPR deberá presentar una lista para los Canales de Programación, contenidos disponibles y una Oferta Pública de Referencia, aprobada por el Instituto, con las tarifas aplicables para los Canales de Programación y sus contenidos, desagregados y de acuerdo a las variantes relevantes para su comercialización. Asimismo, establecer que, en caso de desacuerdo entre el AEPR y un agente económico demandante del contenido, el Instituto fijará una tarifa aplicable a cada uno de los canales o contenidos de interés del concesionario o el operador.

b) la razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación.

La propuesta de modificación de la Medida Décima Novena pretende, en su caso, dar claridad a las partes acerca del término de “desagregación” toda vez que la Medida no es clara con la desagregación que pretende, por lo que se advierte necesario un ajuste que brinde certeza hacia el objetivo la Medida en la Resolución de Preponderancia, y al considerar que en el Análisis en Materia de Competencia se identifica un impacto alto de la Medida no se advierte necesario alguna modificación adicional acerca de las condiciones en las que se ofrecen los Canales de Programación, por lo que la propuesta de modificación se considera pertinente en términos del objetivo planteado.

Acerca de realizar ajustes a las medidas referentes a Contenidos, la propuesta de modificación versa sobre la necesidad de adaptarse a las condiciones actuales del sector.

Asimismo, dejar de analizar la regulación impuesta al AEPR, para un mercado que ha evolucionado implicaría mantenerse en el rezago y en la falta de la búsqueda de constante de oportunidades y mejoras en el sector. Es decir, no modificar los eventos que se han detectado perjudiciales para el sector, conlleva a la obsolescencia en la regulación y, por lo tanto, afecta al escenario actual del sector perjudicando a las audiencias.

Si bien es cierto que el sector de radiodifusión no es tan dinámico como lo es el sector de telecomunicaciones, también es cierto que ha habido cambios en la estructura del preponderante: por ejemplo, GTV-Televisa ha tenido diversas reestructuras, por lo que dichas particularidades deben ser consideradas en la regulación, dotando así de plena efectividad a las medidas y a los objetivos planteados.

Por otra parte, se propone incluir la entrega de la información respecto a cómo comercializa los canales de programación, con el objetivo de brindar certeza a los interesados en adquirir estos canales, así como vigilar la no discriminación en la provisión de los mismos. Cabe mencionar que, de acuerdo con el informe titulado “Acceso a la información: una tarea pendiente para la regulación latinoamericana”, publicado en agosto de 2003 por la CEPAL, la información es considerada un requisito indispensable para la regulación de cualquier sector y resalta que, mientras las empresas buscan maximizar sus propios beneficios, el trabajo del regulador es garantizar el funcionamiento eficiente de los mercados y actuar en función de la maximización del bienestar general y, para que el regulador pueda cumplir con sus objetivos, es necesario que cuente con la información del mercado que está a su cargo para poder evaluar y emitir políticas que ayuden a cumplir las obligaciones del regulador, sin embargo, generalmente el regulador se ve limitado por la falta de información ya que no puede observar con precisión la conducta del regulado.

La actualización de la información permitirá al Instituto realizar un seguimiento a las modificaciones de los términos y condiciones en que se ofertan los Canales de Programación, y brindará certeza jurídica a los Concesionarios interesados en el servicio, toda vez que con su publicación se permite disponer de información actualizada acerca de los términos y condiciones en las que se ofrece los Canales de Programación.

Valoración de las pruebas:

Valoración de Documental privada consistente en el “Análisis del Ingeniero [REDACTED] Nombre de persona física”, señalada por los oferentes como “**Anexo 3**” en el Escrito de Manifestaciones de GTV-Televisa.

En virtud de que no se aportó elemento suficiente alguno que administrativamente le diera valor probatorio pleno, la prueba contenida en el Anexo 3 ofrecida por GTV-Televisa resulta insuficiente para acreditar que el alcance técnico de la Medida Décima Novena es indebido.

Adicionalmente, la prueba en estudio no se ofreció como prueba pericial, sino como documental, pues no fue ofrecida como prueba pericial ni preparada como tal.

Más aún, contrario a lo que manifiestan los oferentes, la adopción de la Medida Décima Novena se encuentra sujeta al ejercicio de la discrecionalidad técnica de la cual es titular el Instituto Federal de Telecomunicaciones, pues en el oficio de inicio, por una parte, se explicó cuál era el objetivo que pretendía cumplir la implementación de la citada Medida; y, por otra, se justificó porqué esa medida se consideraba como el incentivo más idóneo técnico y económicamente para que se cumplan con los fines originalmente buscados mediante la Resolución de Preponderancia, esto es, a través de una serie de consideraciones técnicas, económicas, evidenciando que no se trata de una decisión de carácter irracional, sino coadyuvante para que los participantes del mercado cuenten con

mejores condiciones a efecto de que se mantenga un mercado competitivo de la televisión radiodifundida.

Asimismo, es de señalar que el objeto de la Medida relacionada con la oferta de canales de programación está enfocado en que los canales de programación puedan ser adquiridos en condiciones no discriminatorias. Por lo que, el hecho de que en su análisis explique cómo se distribuye la señal, la transmisión de señales de televisión analógica y digital, los canales de programación que se tienen en el país y cómo se trasfiere técnicamente, etc., no es relevante para las medidas y, en consecuencia, para refutar las medidas notificadas en el Oficio de Inicio.

Periciales

Las pruebas periciales admitidas por el Instituto serán valoradas partiendo de que la autoridad goza de la más amplia libertad para analizarlas, determinar su valor y fijar el resultado de dicha valuación, la cual quedará a la prudente apreciación de la autoridad de conformidad con los artículos 197 y 211 del CFPC de aplicación supletoria a la LFTR, de conformidad con su artículo 6, fracción VII.

Valoración de Pericial en Economía consistente en el dictamen rendido por [REDACTED] [REDACTED] Nombre de persona física [REDACTED], perito en economía, designado por GTV-Televisa en el Escrito de Manifestaciones.

CUESTIÓN PREVIA

Previo a valorar sobre las respuestas al cuestionario provistas por el perito de GTV-Televisa en materia de economía, es importante señalar que para que una prueba pericial pueda cumplir su objetivo¹⁶⁹, las preguntas del cuestionario deben tener relación con el proyecto de medidas impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión y ser tales que sus respuestas permitan a este Pleno del Instituto contar con explicaciones necesarias propias de los hechos que se pretenden probar.

En esa virtud, se estima que el objeto de las preguntas 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 de la pericial en economía no se encuentra relacionado con las medidas referentes a Contenidos y Publicidad propuesta por este Instituto (GTV-Televisa hace referencia a las medidas Décimo Novena, Vigésima Primera y Vigésima Segunda), aun cuando la prueba es valorada, el alcance probatorio de la pericial no es suficiente para desvirtuar la modificación a las medidas propuestas, por lo cual no genera ánimo para demostrar que las condiciones de mercado que se determinaron en su momento al AEPR han cambiado, por las razones que, en síntesis, se exponen en la tabla que a continuación se detalla.

¹⁶⁹ Visible en: <https://sif2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/2012776>

Tabla 19.

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar que las condiciones de mercado que se determinaron en su momento al AEPR han cambiado, toda vez que:
1. Que explique el perito cuál ha sido la evolución de la inversión en publicidad en el servicio de televisión radiodifundida (STR).	No guarda relación con las medidas Vigésima Primera y Vigésima Segunda de manera específica.
2. Que explique el perito la importancia en el crecimiento de la inversión en publicidad en medios digitales y las razones para ello.	No guarda relación con las medidas Vigésima Primera y Vigésima Segunda de manera específica.
3. Que explique el perito las razones por las que los diferentes medios publicitarios son complementarios en cantidad y sustitutos en precios.	No guarda relación con las medidas referentes a Publicidad de manera específica.
4. Que explique el perito cómo han evolucionado los ingresos por publicidad del Agente Económico Preponderante en Radiodifusión (AEPR) por tipo de medio.	No guarda relación con las medidas referentes a Publicidad de manera específica.
5. Que explique el perito cuál es la participación del AEPR en el mercado de publicidad y las razones por las que dicha participación no le permite afectar las condiciones de competencia y libre concurrencia en radiodifusión, o afectar a terceros en telecomunicaciones y otros sectores.	No alcanza a responder el cuestionamiento planteado, relacionado con las medidas notificadas.

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar que las condiciones de mercado que se determinaron en su momento al AEPR han cambiado, toda vez que:
6. Que explique el perito cuál ha sido la tendencia del consumo de contenidos audiovisuales por Internet y el impacto en la comercialización de espacios publicitarios.	No alcanza a responder el cuestionamiento planteado, relacionado con las medidas notificadas.
7. Que explique el perito, en resumen, las razones por las que el AEPR no mantiene ni mantendrá un fuerte posicionamiento en la comercialización de espacios publicitarios que justifique a la medida de preponderancia Vigésima primera del AEPR.	No alcanza a responder el cuestionamiento planteado, relacionado con las medidas notificadas.

Dictamen pericial en materia de economía, presentado en la oficialía de partes del Instituto el día 13 de noviembre de 2023, registrado con número de folio 030269, rendido por [REDACTED] [REDACTED] Nombre de persona física [REDACTED] perito en economía designado por GTV-Televisa.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona:
Con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (A) Cuestiones procesales y formales, (V) Indevida motivación de los Oficios por lo que hace a las consideraciones en torno al sector de radiodifusión que fundamentan la razonabilidad de modificar las Medidas; y (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios: (IX) Medida relacionada con la oferta de canales de programación y (XI) Medidas relacionadas con publicidad, aspecto este último que será señalado y analizado más adelante al hacer referencia a las Medidas Vigésima Primera y Vigésima Segunda.

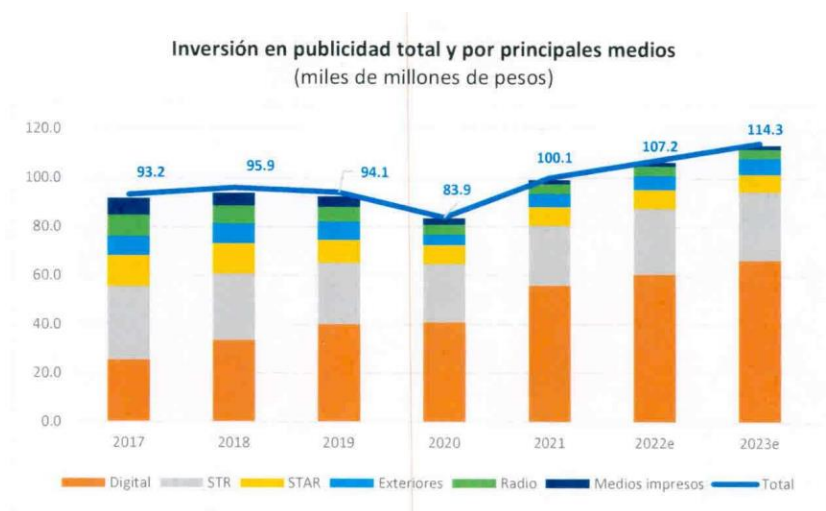
Objeto de la prueba: acreditar que con base en un peritaje económico, (iii) la modificación de la medida Décima Novena propuesta por el Instituto en relación con la desagregación por localidades carece de sustento económico y es indebida.

Por lo que hace a la pregunta contenida en el numeral “1” la cual señala:

1. Que explique el perito cuál ha sido la evolución de la inversión en publicidad en el servicio de televisión radiodifundida (STR).

Respuesta del perito

En el periodo 2017-2022 la inversión total en publicidad, después de una caída en 2020, se recuperó y siguió creciendo. En ese periodo ésta se incrementó 15.1 por ciento para alcanzar 107.3 miles de millones de pesos; se estima aumentará 6.6 por ciento en 2023. Por su parte, la inversión en publicidad en el Servicio de Televisión Radiodifundida ("STR") en el mismo periodo decreció 10.7 por ciento, si bien se estima crezca 4.2 por ciento en 2023. Como resultado, la participación de la inversión en publicidad del STR cayó en 7.2 puntos porcentuales entre 2017 y 2022 para llegar a 25.0 por ciento, y se estima que su participación disminuya a 24.5 por ciento en 2023. La siguiente gráfica muestra el crecimiento de la inversión en publicidad en medios digitales.



Fuente: Estudio Valor Total Media 2022 para el periodo 2017-2021. Estimación del valor del mercado con base en las proyecciones de crecimiento de eMarketer para 2022 y 2023.

Consideraciones del Instituto

En relación tanto con la pregunta, así como con la respuesta dada por el perito, debe advertirse que, dada su generalidad, no existe claridad sobre qué parte del Oficio de Inicio se busca controvertir, o bien, qué información se pretende plantear a fin de que se reconsideren los planteamientos de las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas.

Adicionalmente, la oferente no señaló cuáles son las conclusiones del perito que demostraban sus manifestaciones, cuáles son las constancias y elementos de prueba que no fueron atendidos por el Instituto y que debieron administrarse con el dictamen del especialista para darle el valor probatorio que a su juicio merecía, qué información de la evaluación técnica fue examinada de manera limitada y aislada, y con cual debió complementarse para realizar una calificación correcta de la respectiva prueba pericial; sobre todo si se considera que las manifestaciones de GTV-Televisa, deben estar dirigidos

a reconsiderar la propuesta de medidas, en el caso particular de la pericial en economía de la Medida Décima Novena, Vigésima Primera y Vigésima Segunda.

Por lo que hace a la pregunta contenida en el numeral "2" la cual señala:

2. Que explique el perito la importancia en el crecimiento de la inversión en publicidad en medios digitales y las razones para ello.

Respuesta del perito.

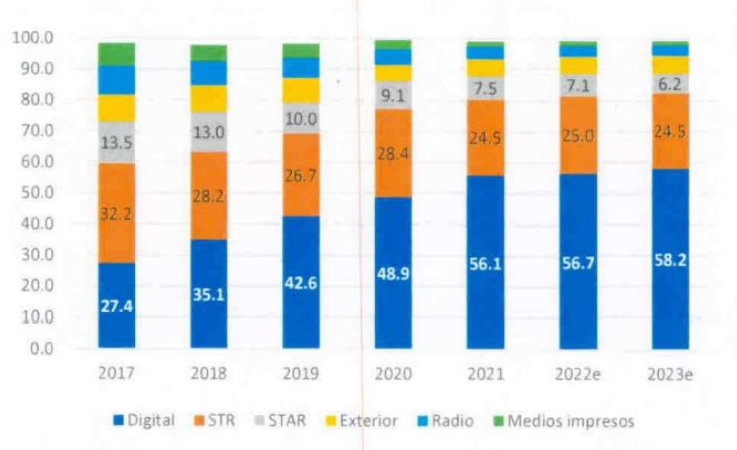
Con el avance en la tecnología de las telecomunicaciones, las estrategias de publicidad se han modificado principalmente a través del uso creciente de los medios digitales en detrimento del resto de los otros medios publicitarios. Esto les ha permitido a los anunciantes reducir costos, aumentar la cobertura, segmentar de mejor manera las audiencias, y llegar a ellas más rápido y en tiempo real. Además, con ello se ha generado una gran competencia entre los medios publicitarios para la transmisión de la publicidad. El cambio tan drástico en las estrategias de sustitución de medios de publicidad no responde a una simple tendencia incremental, sino a razones de transformación profunda del panorama de los medios a nivel global.

El creciente uso de la publicidad en medios digitales se explica por su capacidad para estar dirigida a audiencias específicas. Para ello se utilizan "tecnologías que permiten el seguimiento e identificación de usuarios a través de Internet, facilita que la Publicidad se focalice en un usuario (o audiencia específica) que ha mostrado interés por el producto o servicio del Anunciante o cuyas características socioeconómicas y demográficas son de interés para un Anunciante. De esta manera se maximiza la promoción de productos y servicios ya que los anunciantes pueden llegar específicamente a ciertas audiencias.

La caída en términos absolutos de la inversión en publicidad del STR, así como su menor participación en el total, obedece al dinamismo de la relacionada con medios digitales. Esta última aumentó 138.4 por ciento en el periodo 2017-2022 para alcanzar 60.8 miles de millones de pesos.

Esto se traduce en un incremento de su participación en el total de 27.4 por ciento a 56.7 por ciento en ese periodo; para 2023 se espera que la publicidad en medios digitales se incremente en un 9.3 por ciento y que su participación alcance 58.2 por ciento del total. En estos años la publicidad digital rebasó al STR como el medio de publicidad más usado. De acuerdo con algunas estimaciones, la inversión en publicidad en medios digitales en México aumentará todavía más y su participación pasará de 61.2 por ciento del total en 2024 a 67.8 por ciento en 2027.

Participación en la inversión en publicidad por principales medios
(participación porcentual)



Fuente: Estudio Valor Total Media 2022 para el periodo 2017-2021. Estimación del valor del mercado con base en las proyecciones de crecimiento de eMarketer para 2022 y 2023.

El incremento en la inversión en medios digitales es una tendencia mundial como lo muestran los datos de un grupo de países seleccionados para 2021; entre éstos, México es el segundo con mayor incremento en la participación de este medio desde 2017 con 29 puntos porcentuales.

Inversión en publicidad en medios digitales
(participación porcentual y puntos porcentuales)

	2017 (%)	2022 (%)	Diferencia puntos porcentuales
China	60	80	20
Reino Unido	59	77	18
Estados Unidos	43	69	26
México	27	56	29
Brasil	28	53	25
Colombia	17	52	35
España	28	46	18

Fuente: IAB México, CiM, AVE y AIMX, 2022, Estudio valor total media.

Todo lo anterior deja en evidencia la disminución de la importancia del STR en la comercialización de espacios de publicidad y la fuerte y creciente competencia que enfrenta de otros medios, en particular los digitales.

Consideraciones del Instituto

En relación con la pregunta y respuesta dada por el perito, no se advierte que la explicación referente al crecimiento de la inversión en publicidad de medios digitales sea decisiva ni aporte elementos suficientes que justifiquen el no implementar los cambios a las medidas de publicidad del STR.

Es decir, de los elementos probatorios aportados, no se advierte qué parte del Oficio de Inicio se busca controvertir, a fin de que se reconsideren los planteamientos de las medidas notificadas, ya que el hecho de que aumente la publicidad en medios digitales, no implica que se debe dejar de regular la publicidad en el STR.

Adicionalmente, en la respuesta presentada el perito no señaló cuáles son las conclusiones que demuestren cuáles son las constancias y elementos de prueba que no fueron atendidos por el Instituto y que debieron administrarse con el dictamen del especialista para darle el valor probatorio que a su juicio del Instituto merecía.

En relación con la pregunta número “3”, señala:

3. Que explique el perito las razones por las que los diferentes medios publicitarios son complementarios en cantidad y sustitutos en precios.

Respuesta del perito.

Desde el punto de vista de competencia económica, los diferentes medios de publicidad son complementarios. Esta complementariedad entre productos (los distintos medios de publicidad) es congruente con las llamadas economías de gama o enfoque. En este caso, las economías de gama se refieren a la eficiencia de la inversión en publicidad asociada al uso de más de un medio para llegar a las audiencias. Es en este sentido que los diversos medios son complementarios entre sí, en cantidad.

La complementariedad de los diferentes medios se manifiesta en la utilización por las empresas de sofisticados sistemas de inversión publicitaria conocidos como optimizadores. Éstos permiten hacer más eficientes los paquetes de medios y lograr alcanzar al público objetivo de cada anunciante para incrementar las ventas. Los optimizadores representan la más alta expresión de la tecnología en los medios de publicidad, cuyo objetivo es simplificar la selección de su uso ante la creciente complejidad para evaluar de forma comparativa las opciones de inversión. Con la utilización de software, los optimizadores intercambian indistintamente los medios para transmitir la publicidad dependiendo de una serie de elementos multifactoriales, incluyendo monto disponible para invertir, tiempo de las campañas y los objetivos buscados en cada una, entre otros. Los anunciantes aumentan así la efectividad y el alcance de su publicidad transmitiendo sus anuncios a través de medios distintos. En otras palabras, aumentan la probabilidad de que los consumidores potenciales reciban los anuncios transmitiendo la publicidad en medios, horarios y tipos de contenido distintos.

Sin embargo, la complementariedad de los distintos medios de publicidad en términos de cantidad no excluye su sustituibilidad en precio. Es decir, si el precio de la publicidad de un medio aumenta, entonces los anunciantes diseñarían paquetes publicitarios que redujeran el uso de ese medio y aumentarán el de otros. En este caso, el aumento en el precio de la publicidad causaría que la demanda de los espacios publicitarios en otros medios aumentara. En este sentido se trata productos sustitutos en precio, ya que la elasticidad cruzada de la demanda entre ellos es positiva, y que los distintos medios de publicidad compiten entre ellos en todo momento. Es decir, los distintos medios de publicidad compiten ferozmente en precios, a pesar de que sean complementarios en cantidad.

El razonamiento anterior es relevante dado que el AEPR participa en la venta de espacios publicitarios junto con muchos otros agentes. En el mercado de publicidad el AEPR participa en el STR, servicio de televisión y audio restringidos (STAR) y medios digitales. El objetivo de las medidas de preponderancia relacionadas con la comercialización de publicidad es que no se afecten las condiciones de competencia y libre concurrencia en el sector de radiodifusión o se favorezca indebidamente a empresas que lo integran en perjuicio de terceros. De hecho, la sola participación de diversos agentes económicos en la comercialización de publicidad previene que esto suceda. Como lo sostiene el IFT en un estudio, las actividades de la publicidad en lo que éste define como medios tradicionales, incluso el STR, inciden en las condiciones de competencia de los medios digitales y viceversa. El argumento se puede llevar más allá para sostener simplemente que todos los medios de publicidad compiten entre sí por llegar a las audiencias.

Es claro en la comercialización de espacios de publicidad que los medios digitales están ejerciendo una gran presión competitiva sobre el resto de los otros medios, inclusive el STR, dada su creciente participación de mercado y que los diferentes medios son sustitutos en precios.

Consideraciones del Instituto

La pregunta y, por ende, la respuesta dada por el perito no está encaminada a refutar lo señalado en el Oficio de Inicio, y por lo tanto la información presentada no se encuentra relacionada con los planteamientos de las medidas notificadas, ni se demuestra que éstas carecen de sustento económico y son indebidas.

Más aún, si bien el Instituto conoce los cambios en las tendencias mundiales respecto a los medios publicitarios, los argumentos vertidos por el perito no señalan ninguna conclusión que permita encaminar las medidas hacia un nuevo planteamiento. Lo anterior, en virtud de que, de conformidad con el Análisis en Materia de Competencia el STR sigue siendo el medio más utilizado para ver canales de televisión y los contenidos del STR son muy atractivos, incluso para los usuarios del STAR¹⁷⁰.

¹⁷⁰ Análisis en Materia de Competencia, página 81.

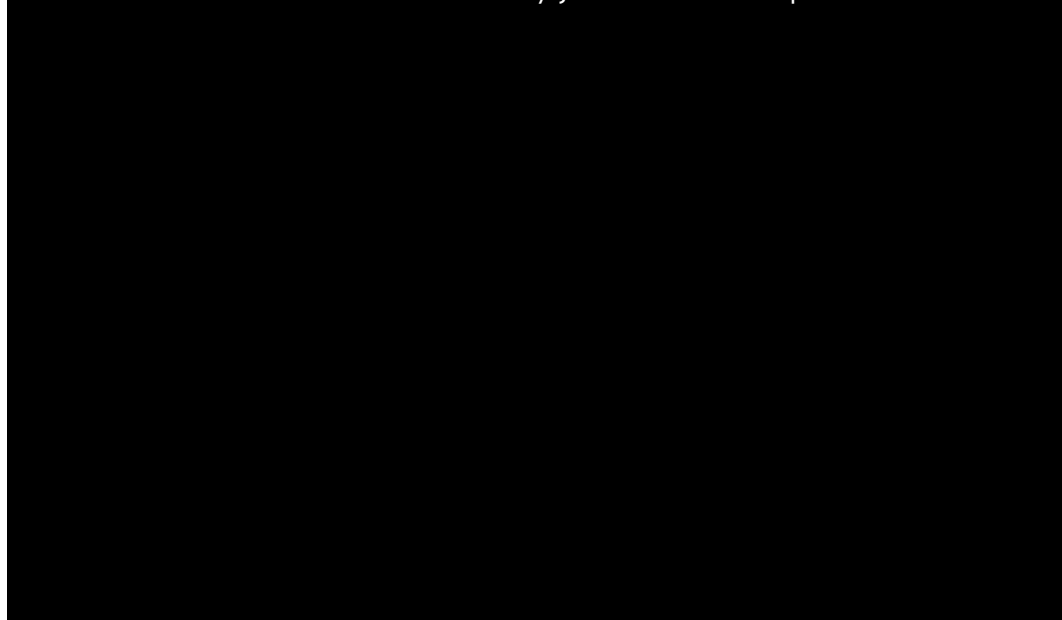
La pregunta “4” señala lo siguiente:

4. Que explique el perito cómo han evolucionado los ingresos por publicidad del Agente Económico Preponderante en Radiodifusión (AEPR) por tipo de medio.

Respuesta del perito.

Los ingresos totales por publicidad del AEPR pasaron de [REDACTED]
[REDACTED] Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales [REDACTED], lo que representa una disminución de 0.8 por ciento. El AEPR estima que sus ingresos por este concepto alcanzarán [REDACTED], esto es un incremento de 4.0 por ciento. En el caso particular de este tipo de ingresos por el STR, éstos pasaron de [REDACTED]
[REDACTED] entre 2017 y 2022, lo que representa [REDACTED]
[REDACTED]

Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales



En términos de participación de los diferentes medios en el total de ingresos de publicidad del [REDACTED]
[REDACTED]

Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales



Participación de los ingresos del AEPR por medio de publicidad
(porcentaje)



Fuente: AEPR. Estimación de 2023 con base en el presupuesto.

Consideraciones del Instituto

El Instituto reconoce que la inversión en medios digitales tiene una tendencia creciente respecto a otros medios de transmisión de publicidad, y que además es una tendencia mundial debido a, entre otros factores, el incremento en el consumo de Internet.

No obstante, no se advierte que la explicación referente a la evolución de los ingresos por publicidad del AEPR aporte mayores datos que puedan estar directamente relacionados con que no se deban modificar las medidas y por el que se deba replantear un cambio, o bien, deban quedar sin cambios las medidas debido a que, como lo señala el AEPR, sean cargas adicionales para ellos, no tienen sustento económico y son indebidas.

Asimismo, es de resaltar que como se señala en las gráficas, sin bien los ingresos de medios digitales está en crecimiento, los ingresos por publicidad en el STR representan entre el 80% y 90% los ingresos totales del AEPR, porcentaje bastante representativo.

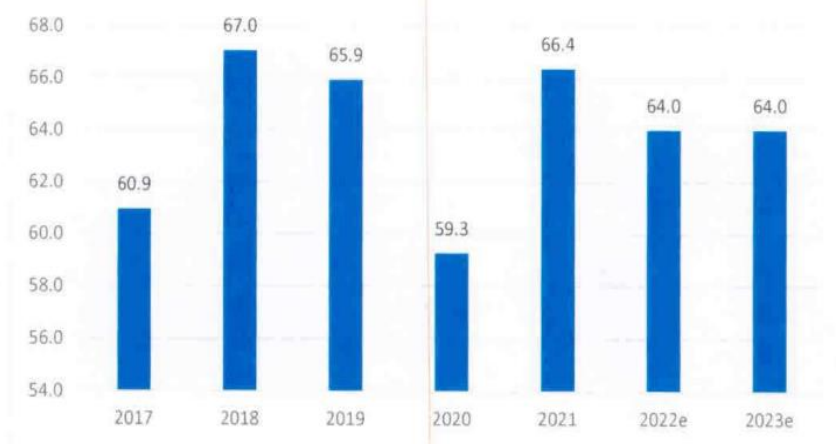
Respecto a la pregunta del numeral "5":

5. Que explique el perito cuál es la participación del AEPR en el mercado de publicidad y las razones por las que dicha participación no le permite afectar las condiciones de competencia y libre concurrencia en radiodifusión, o afectar a terceros en telecomunicaciones y otros sectores.

Respuesta del perito.

Los ingresos por publicidad del AEPR en el STR del total de ese servicio representaron 60.9 por ciento en 2017 y 64.0 por ciento en 2022; se estima mantengan ese nivel en 2023.

Participación de los ingresos por publicidad del AEPR por el STR en el total del STR
(porcentaje)



Fuente: Estudio Valor Total Media y GTV. Estimación de 2023 con base en el presupuesto del AEPR.

Sin embargo; lo más relevante es que la participación del AEPR en la comercialización de espacios publicitarios total se mantuvo en niveles bajos y decrecientes entre 2017 y 2022. Esta participación **Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales**. Si se toman como referencia sólo los ingresos de publicidad de AEPR en el STR, **Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales**

Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales

Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales

Este nivel de participación del AEPR en la comercialización de publicidad no le permite afectar las condiciones de competencia y libre concurrencia en el sector de radiodifusión o favorecer indebidamente a empresas que lo integran en perjuicio de terceros, incluyendo en el sector de telecomunicaciones. Como referencia, la participación de Meta en la publicidad en línea en México en 2021 fue de 45.58 por ciento de acuerdo con el IFT, lo que representaría una participación en la inversión total en publicidad 25.6 por ciento, significativamente más alta que la del AEPR.

Consideraciones del Instituto

De la respuesta otorgada, se advierte que la información presentada no contiene conclusiones que demuestren cuáles son los hechos por la cuales justifique que la participación del AEPR en el mercado de publicidad no le permite afectar las condiciones de competencia y libre concurrencia en radiodifusión, o afectar a terceros en telecomunicaciones y otros sectores competencia y libre concurrencia.

Lo anterior, toda vez que la misma respuesta plantea una comparación entre dos empresas que compiten en el STAR, pero no en el STR y señala que el nivel de ingresos por publicidad se mantuvo estable en 2023 respecto a 2022. Por un lado, si bien se ha señalado que el sector está cambiando y el mismo Instituto reconoce estos cambios, tampoco es procedente ideal para el análisis realizar comparaciones entre sectores que no compiten por el mismo mercado. Por otro lado, el hecho de que la inversión sea estable es un indicio de que el sector sigue manteniendo su posicionamiento, ya que no se observa una caída representativa en la inversión, por el contrario, como bien lo señala el perito, se mantuvo constante en 2022 y 2023.

Por lo anterior, tanto la pregunta como la respuesta no encuentra funcionalidad para detectar cual es la propuesta a fin de que se reconsideren los planteamientos de las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas.

En relación con la pregunta “6”, señala lo siguiente:

6. Que explique el perito cuál ha sido la tendencia del consumo de contenidos audiovisuales por Internet y el impacto en la comercialización de espacios publicitarios.

Respuesta del perito.

No puede obviarse el hecho de que los proveedores del STR en general y el AEPR en particular, han estado enfrentando una gran competencia en el consumo de contenidos audiovisuales a través de otras plataformas, especialmente a través de Internet, y por lo tanto por los ingresos por concepto de publicidad. Una evidencia de lo anterior es el crecimiento de las personas que consumen contenidos audiovisuales por Internet en México, que pasó de 43 por ciento a 53 por ciento entre 2017 y 2022 de acuerdo con la Encuesta Nacional de Consumos Audiovisuales del IFT para esos dos años. De acuerdo con la Encuesta, las plataformas más utilizadas para consumir contenidos de video en

Internet por porcentaje son las siguientes: YouTube 73 por ciento; Netflix 46 por ciento; Facebook / Facebook live 24 por ciento; Tiktok 23 por ciento; Disney+ 11 por ciento; y Amazon Prime video 8 por ciento.

Además, en un estudio reciente se indica que alrededor de 35 millones de mexicanos mayores de 18 años están consumiendo crecientemente video en línea través de televisión conectada (CTV, por sus siglas en inglés), lo que lo hace un medio cada vez más atractivo para ofertar de productos y servicios. Esto se refleja en el hecho de que plataformas como Netflix, HBO Max, Disney+ y, a partir de 2024 Prime Video, estén ofreciendo suscripciones con descuento por mostrar anuncios. A esto hay que agregar los contenidos audiovisuales gratuitos en plataformas como YouTube y las páginas en línea cuya principal fuente de ingresos es la publicidad.

Consideraciones del Instituto

La pregunta y la respuesta dada por el perito no ofrecen valor para entender la visión del AEPR en relación con que los cambios a la medida afecten al preponderante, ya que no presentan información relacionada con publicidad del STR, que es el servicio que nos ocupa.

Además, la pregunta y respuesta están enfocadas únicamente al crecimiento de la publicidad en los medios digitales y de video en línea través de televisión conectada, sin relacionar o presentar información referente a la publicidad a través del STR.

Por lo anterior, dada su generalidad, no existe claridad sobre qué parte del Oficio de Inicio se busca controvertir, o bien, qué información se pretende plantear a fin de que se reconsideren los planteamientos de las medidas notificadas, tampoco se acredita que las modificaciones, adiciones y supresiones a las medidas que fueron notificadas al AEPR, no tienen sustento económico y son indebidas.

La pregunta en el numeral “7” señala:

7. Que explique el perito, en resumen, las razones por las que el AEPR no mantiene ni mantendrá un fuerte posicionamiento en la comercialización de espacios publicitarios que justifique a la medida de preponderancia Vigésima primera del AEPR.

Respuesta del perito.

En resumen, las razones por las que el AEPR no mantiene ni mantendrá un fuerte posicionamiento en la comercialización de espacios publicitarios que justifique la medida de preponderancia Vigésima primera son las siguientes: a) la participación del AEPR en el STR se está reduciendo, b) con el avance de las telecomunicaciones y la tecnología, las estrategias de publicidad han estado haciendo un uso creciente de los medios digitales en detrimento del resto de los otros medios, c) la participación de la inversión en publicidad en el STR se está reduciendo, lo que es una tendencia mundial, d) los diferentes medios de

publicidad son complementarios en cantidad pero fuertes sustitutos en precio, e) las actividades de la publicidad en lo que el IFT denomina medios tradicionales inciden en las condiciones de competencia de los medios digitales y viceversa, f) los ingresos totales de publicidad del AEPR se mantienen estables en términos nominales pero decrecientes en reales; y g) la participación del AEPR en la comercialización de espacios publicitarios es baja y muestra una tendencia decreciente, lo no le permite afectar las condiciones de competencia y libre concurrencia en radiodifusión, o afectar a terceros en telecomunicaciones y otros sectores.

Consideraciones del Instituto.

La respuesta presentada en esta pregunta carece de argumentos que se relacionen con las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas en el Oficio de Inicio, pues únicamente enlista los elementos que se señalaron en las preguntas de los numerales anteriores del dictamen pericial en materia de economía, los cuales, como se han analizado, no han aportado elementos fehacientes y lo suficientemente sostenibles para reconsiderar los planteamientos de las medidas notificadas, ni tampoco se acredita que no tienen sustento económico y son indebidas. Asimismo, es de señalar que la participación del AEPR en el STR (en términos rating e ingresos en la publicidad) se mantuvo estable en de 2017 a 2022 y en niveles por encima de 60%.

Sobre la pregunta del numeral “8”:

8. Que explique el perito cuál es el propósito de la medida Décima Novena de la Resolución de Preponderancia y cómo contribuye la provisión de canales de programación de manera desagregada a lograr dicho propósito.

El propósito de la medida Décima Novena de la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión es que el AEPR ofrezca sus canales de programación a terceros y para plataformas distintas al servicio de televisión radiodifundida (STR), como el Servicio de Televisión y Audio Restringidos u OTT (por sus siglas en inglés, *over-the-top*) de forma no discriminatoria y desempaquetada por localidad. Es decir, el primer párrafo de la medida obliga al AEPR a ofrecer sus canales de programación a terceros en los mismos términos y condiciones que los que ofrece a sus filiales o subsidiarias para alguna plataforma tecnológica distinta al STR, lo anterior, independientemente de la localidad donde se ofrezcan los canales. El segundo párrafo complementa al primero al establecer que si el AEPR ofrece dos o más canales de programación, los debe ofrecer también de manera individual al tercero que se lo solicita.

El origen de la desagregación de canales es el no forzar a los contratantes de dichos canales a adquirir un paquete para su conjunto de clientes, independientemente de la localidad donde se encuentren. Por tanto, no se justifica la desagregación por localidad.

Consideraciones del Instituto.

El propósito de la medida Décima Novena, de conformidad con lo señalado en la Resolución de Preponderancia, es que el AEPR no se aproveche de su posición dominante en el sector, utilizando las señales que posee y que son susceptibles de ser radiodifundidas, a efecto de crear ventajas exclusivas para sí mismo o que generen el desplazamiento de otros competidores creando una afectación a la competencia. De esta forma se observa que, en primera instancia, la respuesta del perito no va de acuerdo con lo señalado en la Resolución de Preponderancia y, al mismo tiempo, la respuesta no sirve para refutar las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas en el Oficio de Inicio.

La pregunta en el numeral “9” señala:

9. Que explique el perito si es correcto decir que el nivel de desagregación geográfico es el que permite adecuar las ofertas programáticas a las preferencias de los usuarios finales.

Respuesta del perito.

La desagregación de canales a nivel de localidad para beneficiar a los usuarios finales carece de sustento en virtud de que los canales del AEPR a desagregar geográficamente son de carácter “nacional” por lo que no tiene sentido hacerlo por localidad.

Llevando al extremo el argumento de desagregar los canales a nivel de localidad para beneficiar a los usuarios finales, esto significaría que el nivel de desagregación más propicio para adecuarse a las preferencias del consumidor es ofrecer desagregación por suscriptor y emigrar a un contenido "a la carta" tipo pago por evento. Obviamente, esto implicaría un significativo encarecimiento del servicio de televisión de paga ya que el consumidor final perdería el acceso a las fuertes economías de escala que se derivan de la conformación de paquetes de programación y de su distribución.

Una oferta totalmente desagregada por hogar elevaría el costo para todos y cada uno de los suscriptores. En efecto, el consumidor se beneficia de las economías de escalas derivadas de la venta regional en forma empaquetada y del precio único para todos los suscriptores. El precio ofrecido por los canales abiertos depende del número de posibles televidentes que generan ingresos publicitarios: a mayor número de televidentes por región de cobertura, menores el precio. El precio también depende de la disposición a pagar de los suscriptores: a mayores beneficios de tener acceso a un canal, mayor precio. La imposibilidad de conocer las preferencias reveladas de cada uno de los suscriptores, así como de la agregación de ellos en un hogar, lleva a ofrecer canales de manera empaquetada a un precio más asequible para todos para los suscriptores de un proveedor. Tener una base de suscriptores mucho más amplia y no para cada localidad, permite ofrecer el servicio a todas a un precio mucho más asequible.

Consideraciones del Instituto.

El objeto de las medidas relacionadas con la oferta de canales de programación es dar claridad respecto al término desagregado así como tener certeza respecto a los términos y condiciones en la que los canales de programación son ofrecidos, por lo que la respuesta a la pregunta de GTV, se toma en consideración para el análisis de la Medida correspondiente, en virtud de que dichas modificaciones están enfocadas a que la desagregación de los Canales de Programación se den a nivel localidad, permitiendo que tengan el alcance deseado dado que en el Análisis en Materia de Competencia se advierte que la adquisición de canales en forma desagregada ha sido muy limitada, además de que la medida no precisa el alcance de la obligación de ofrecer Canales de Programación de forma desagregada, es decir, si los concesionarios del STAR podrían solicitar acceso a señales del STR a nivel de localidad para retransmitirlas únicamente en aquellas localidades (“zona de sombra”) donde no tienen acceso a los canales del AEPR mediante las obligaciones de acceso y retransmisión.

La pregunta “10” del dictamen pericial señalado, dice lo siguiente:

10. Que explique el perito cuáles son las limitaciones económicas y tecnológicas que impiden que se desagregan las señales a un nivel de división política específica (localidades).

Respuesta del perito.

El empaquetamiento geográfico está también sujeto a fuertes economías de escala producto de su forma de distribución por medio de servicios de satélite. Los canales de programación se envían a nivel nacional el AEPR por satélite para transmitirse desde y hacia la cabecera en una red HFC (*Hybrid Fiber Coaxial*) para su distribución. Dicha cabecera de red no corresponde a la división por localidades que exige la medida de preponderancia; la cabecera en una red HFC puede abarcar más de una localidad.

Consideraciones del Instituto

En relación tanto con la pregunta, así como con la respuesta dada por el perito, se advierte que, la desagregación de las señales a un nivel de división política implica ciertas limitantes que se tomarán en cuenta para reconsiderar los planteamientos de las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas. Por otro lado, se advierte que la oferente no señaló cuáles son las conclusiones del perito que demostraban sus manifestaciones.

Valoración de Pericial en Radiodifusión y Telecomunicaciones consistente en el dictamen rendido por [Nombre de persona física], perito en Radiodifusión y Telecomunicaciones, designado por GTV-Televisa en el Escrito de Manifestaciones.

CUESTIÓN PREVIA

Previo a valorar sobre las respuestas al cuestionario provistas por el perito de GTV-Televisa en materia de radiodifusión y telecomunicaciones, es importante señalar que para que una prueba pericial pueda cumplir su objetivo, las preguntas del cuestionario deben tener relación con el proyecto de medidas impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión y ser tales que sus respuestas permitan a este Pleno del Instituto contar con explicaciones necesarias propias de los hechos que se pretenden probar.

En esa virtud, se estima que el objeto de las preguntas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10 de la pericial en materia de radiodifusión y telecomunicaciones no se encuentra relacionado con la modificación de las medidas referentes con la compartición de infraestructura propuesta por este Instituto notificadas en el Oficio de Inicio de Procedimiento; asimismo, aun cuando la prueba es valorada, el alcance probatorio de la pericial no es suficiente para desvirtuar que la modificación a las medidas propuestas no tienen sustento económico y son indebidas como lo señala GVT-Televisa en su Escrito de Manifestaciones, por lo cual no genera ánimo para demostrar el objeto de esta probanza, en síntesis, se exponen en la tabla que a continuación se detalla.

Tabla 20.

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar el procedimiento que se lleva a cabo para la distribución de canales de programación a concesionarios de radiodifusión y concesionarios de televisión restringida, así como las características y capacidad satelital necesarios para ello, toda vez que:
1. Que explique el perito que es una señal de televisión radiodifundida.	No se asocia específicamente a que modificación de las medidas pretende refutar, en su objeto de la prueba lo describe de forma genérica.
2. Que explique el perito que es un canal de programación.	No se asocia específicamente a que modificación de las medidas pretende refutar, en su objeto de la prueba lo describe de forma genérica.

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar el procedimiento que se lleva a cabo para la distribución de canales de programación a concesionarios de radiodifusión y concesionarios de televisión restringida, así como las características y capacidad satelital necesarios para ello, toda vez que:
3. Que explique el perito qué se entiende por transmisión vía satélite de una señal de televisión radiodifundida.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.
4. Que explique el perito cómo se lleva a cabo el proceso de transmisión vía satélite de una señal de televisión radiodifundida y que infraestructura requiere.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.
5. Que explique el perito qué es la tasa de transferencia para transmitir una señal de televisión radiodifundida vía satélite y cuáles son las tasas que normalmente se utilizan.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.
6. Que indique el perito cuántas señales de televisión radiodifundida se pueden retransmitir en un transpondedor, especificando, cuántas señales en definición estándar y cuántas en alta definición.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.
7. Que diga el perito cuántas señales con contenido programático denominado “Las Estrellas”, “Foro TV”, “Canal 5” y “Nu9ve” son radiodifundidas a lo largo de la República Mexicana y excluyendo aquellas radiodifundidas	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar el procedimiento que se lleva a cabo para la distribución de canales de programación a concesionarios de radiodifusión y concesionarios de televisión restringida, así como las características y capacidad satelital necesarios para ello, toda vez que:
dentro del área de servicio de la Ciudad de México.	
8. Que explique el perito la tecnología por medio de la cual ofrece a los interesados la “Oferta de canales de programación” Grupo Televisa.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.
9. Que indique el perito que canales de programación radiodifundidos ofrece Grupo Televisa en la “Oferta de canales de programación” a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o terceros.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.
10. Que explique el perito que implicaciones técnicas y económicas respecto al equipamiento y capacidad satelital que se requerirían para proporcionar la “Oferta de canales de programación” de forma desagregada a nivel localidad en todo el país.	No se asocia específicamente a la propuesta de modificación de las medidas, el objeto de la prueba es descrito de forma genérica.

Dictamen pericial en materia de Radiodifusión y Telecomunicaciones, presentado en la oficialía de partes del Instituto el día 24 de noviembre de 2023, registrado con número de folio 031035, rendido por Nombre de persona física, perito en Radiodifusión y Telecomunicaciones designado por GTV-Televisa.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona: La presente probanza se relaciona con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a

las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, (VII) **Medidas relacionadas con la compartición de infraestructura**; y (IX) (sic) **Medida relacionada con la oferta de canales de programación**.

Objeto de la prueba: acreditar el procedimiento que se lleva a cabo para la distribución de canales de programación a concesionarios de radiodifusión y concesionarios de televisión restringida, así como las características y capacidad satelital necesarios para ello.

Por lo que hace a la pregunta contenida en el numeral “1”, la cual señala:

1. Que explique el perito qué es una señal de televisión radiodifundida.

Repuesta del perito:

Señal es la “variación de una corriente eléctrica u otra magnitud que se utiliza para transmitir información”.

Por otra parte, Televisión es el “Sistema de telecomunicación que permite la transmisión de imágenes no permanentes de objetos fijos o móviles”.

En este sentido, la señal de televisión es la variación de una corriente eléctrica u otra magnitud, para poder transmitir información de imágenes no permanentes (video acompañado de audio asociado) a distancia.

Cabe mencionar, que existen diferentes estándares desarrollados en el mundo con sus características particulares para la transmisión de señales de televisión. En cuanto a la transmisión de señales de televisión analógica, se tienen diversos estándares de transmisión entre los que se encuentran el NTSC (en español Comité Nacional de Sistema de Televisión), PAL (en español Línea de Fase Alternada) y SECAM (En español Color Secuencial con Memoria), los cuales se continúan utilizando en los países que no han transitado a la TDT (Televisión Digital terrestre).

Asimismo, con la transición de la televisión analógica a la digital, se desarrollaron nuevos estándares tales como el ATSC (en español Comité de Sistemas de Televisión Avanzada), DVB (en español Radiodifusión de Video Digital) e ISDB (Radiodifusión Digital de Servicios Integrados), en los cuales el procesamiento de la señal cambia radicalmente y por lo tanto, ya no se requiere de la transmisión de las señales portadoras de la información de video, audio y color como en el caso de los sistemas analógico, y en su lugar se transmite una sola portadora que contiene un *Bitstream* (en español Flujo de bits), que contiene información, que para el caso de servicio de televisión, pueden ser una o varios contenidos programáticos e información adicional.

Es de precisar, que en el caso del estándar ATSC adoptado en nuestro país para el servicio de radiodifusión Televisión Digital Terrestre (TDT), el canal de transmisión tiene un ancho de banda de 6 MHz.

Por otra parte, es importante diferenciar entre señal de televisión y contenido programático. Como ya se mencionó, señal es la “variación de una corriente eléctrica u otra magnitud que se utiliza para transmitir información en un canal”; mientras que el contenido es el “video y audio asociado de imágenes no permanentes de objetos fijos o móviles”.

Consideraciones del Instituto:

En virtud de la pregunta y, en consecuencia, de la respuesta presentada por el perito, lo señalado en la respuesta no aporta elementos suficientes para refutar lo señalado en el Oficio de Inicio, en virtud de que no aporta información que contraría lo señalado por el Instituto, pues el perito describe conceptos que ya se encuentran definidos en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, particularmente el perito señaló que el concepto de “Señal” fue tomado de la Real Academia Española (RAE) mientras que el de “Televisión” fue tomado del Reglamento de Radiocomunicaciones de la UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones).

Ahora bien, como se mencionó anteriormente, la respuesta del perito, tanto a lo que se refiere a la definición de televisión como los demás señalamientos incluidos, no aportan elementos necesarios para refutar lo señalado en el Oficio de Inicio, ya que dicha información no está directamente relacionada con la modificación a la medida, por lo que no se entiende que es lo que la respuesta pretende alegar.

En relación con la pregunta número “2”, menciona:

Respuesta del perito:

2. Que explique el perito qué es un canal de programación.

Un Canal de Programación es una “Organización secuencial en el tiempo de contenidos audiovisuales, puesta a disposición de la audiencia, bajo la responsabilidad de una misma persona, dotada de identidad e imagen propias y que es susceptible de distribuirse a través de un Canal de Transmisión”.

En este sentido, son los contenidos programáticos de audio o audio y video asociado difundidos por medio de un canal de transmisión en las bandas de frecuencias atribuidas al servicio de radiodifusión.

Cabe señalar que, la Resolución de Preponderancia identificada con el número P/IFT/EXT/060314/77. emitida por el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, en su sesión de fecha 6 de marzo de 2014, da la definición y alcance para la interpretación de las condiciones ahí impuestas de canal de programación, que se define como sigue;

“Canal de Programación. Secuencia continua de programación de audio y video asociado cuyo contenido sea radiodifundido o coincida en más de un 50% con el radiodifundido entre las 6 y las 24 horas en el mismo día”

Resolución que tuve a la vista y consulté en el portal de ese Instituto. En la siguiente línea electrónica https://www.ift.org.mx/sites/default/files/p_ift_ext_060314_77.pdf

Consideraciones del Instituto:

La respuesta del perito se basa en una definición del propio Instituto establecida en las medidas de preponderancia. Sin embargo, si bien es cierto que el dictamen pericial menciona que tiene relación con los argumentos realizados por GTV-Televisa al Oficio de Inicio, lo cierto es que no se especifica la relación que tienen tanto la pregunta como la respuesta del perito a la modificación de las medidas establecidas notificadas al AEPR, por lo que no aporta elementos que sean útiles para refutar lo señalado en el Oficio de Inicio.

La pregunta del numeral “3” señala:

3. Que explique el perito qué se entiende por transmisión vía satélite de una señal de televisión radiodifundida.

Respuesta del perito:

Se entiende por transmisión vía satélite de una señal de televisión, a la transmisión punto a multipunto de una señal de televisión en bandas de frecuencias atribuidas a dicho servicio por medio de un satélite geoestacionario a extensas zonas de cobertura a niveles regional, nacional, continental o intercontinental.

Consideraciones del Instituto:

Se considera que la respuesta del perito únicamente señala lo que él mismo entiende como la definición del concepto que se le indicó explicar, dado que, en su dictamen, el perito no incluye fuentes en esta respuesta específica, además cabe recalcar que el concepto que se le pide explicar al perito no es desconocido para el Instituto.

Ahora bien, cabe señalar que, en el dictamen pericial, tanto esta pregunta realizada al perito, así como su respuesta, no se menciona qué pretende refutar respecto de las modificaciones de las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas en el Oficio de Inicio, dada la generalidad tanto de la pregunta como de la respuesta del perito.

Respecto a la pregunta del “4” menciona:

4. Que explique el perito cómo se lleva a cabo el proceso de transmisión vía satélite de una señal de televisión radiodifundida y qué infraestructura requiere.

Respuesta del perito:

El proceso de transmisión vía satélite de una señal de televisión en forma genérica se lleva a cabo mediante las etapas de transmisión, satelital y de recepción.

La etapa de transmisión está conformada por la estación terrena transmisora en donde básicamente se codifican, comprimen, multiplexan (en el caso de la transmisión de varios canales y su información adicional), modulan y amplifican las señales de los diferentes canales de televisión, los cuales pueden ser para el servicio de radiodifusión y/o para el servicio de televisión restringida. Dichos canales son enviados a un satélite en banda C y/o Ku, por medio de amplificadores de potencia y antenas parabólicas.

La etapa satelital está compuesta por el satélite geoestacionario, en el cual, las señales recibidas de la estación terrena transmisora, son procesadas y retransmitidas de regreso a la Tierra por medio de transponders (transmisor/receptor), que se encargan de la recepción, procesamiento, amplificación y transmisión de las señales a zonas extensas. Es por ello que el satélite se define como transmisor punto multipunto.

Por último, está la etapa de recepción de señales, la cual se lleva a cabo por medio de antenas parabólicas receptoras en banda C y/o Ku, amplificadores de bajo ruido y equipos receptores-decodificadores satelitales, que pueden ser para varios servicios, entre los que se encuentran la recepción DTH (Directa al Hogar), la recepción para la retransmisión de señales en sistemas de televisión restringida y la recepción por parte de otros canales de televisión terrestre, para la retransmisión en zonas diferentes al Área de Servicio del canal de origen.

El proceso anteriormente descrito se observa en la figura 1.



Figura 1.- Transmisión vía satélite de una señal de televisión.

Consideraciones del Instituto:

La respuesta del perito no solo contiene el proceso que se le solicita explicar, sino que además incluye y detalla las etapas de este proceso, así como el esquema del mismo, sin embargo, el proceso de transmisión vía satélite de una señal de televisión radiodifundida, así como la infraestructura que se requiere para llevar a cabo dicho proceso no es desconocido para el Instituto. Sin embargo, dada la generalidad tanto de la pregunta realizada al perito, así como la respuesta del mismo, no aporta elementos para que sea

considerada para refutar las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas que se señalaron en el Oficio de Inicio.

La pregunta contenida en el numeral “5” señala:

5. Que explique el perito qué es la tasa de transferencia para transmitir una señal de televisión radiodifundida vía satélite y cuáles son las tasas que normalmente se utilizan.

Respuesta del perito:

La tasa de transferencia de información es el número de bits que se transmiten por unidad de tiempo a través de un sistema de transmisión digital.

La tasa de transferencia de una señal de televisión varía básicamente en función de la cantidad de información que se requiere transmitir. Resaltando que, a mayor información se requiere de mayor ancho de banda y que la señal de video tiene más información que la señal de audio por el mayor número de componentes que tiene la imagen.

Derivado de lo anterior, la transmisión de la señal de televisión puede tener diversas calidades, entre las que se encuentran la calidad HD (en español Alta Definición) con 1080 líneas de exploración horizontales de la imagen y una tasa de transmisión en banda base de 1.45 Gbps, mientras que para el caso de la calidad SD (Definición estándar) con 480 líneas de exploración horizontales de la imagen y una tasa de transferencia de 270 Mbps.

En este sentido, para poder transmitir la señal de televisión digital en un canal de 6 MHz es necesario reducir la cantidad de información a transmitir, por lo que se utilizan técnicas de compresión de la señal. En el caso de la señal de la imagen, si los cuadros que la componen no sufren cambios continuos, existirá información redundante (por ejemplo, en un noticiero). Debido a esto, existirá información repetitiva que puede ser eliminada, con lo que se podrá reducir la tasa de transferencia. Mientras que, en el caso en los que los cuadros de imagen de la señal de video varíen constantemente (por ejemplo, en un partido de Fútbol), existirá menor información redundante y por lo tanto menos información repetitiva que se puede eliminar para poder comprimir la señal y ocupar menor anchura de banda en su transmisión. En relación con esto, el nivel de compresión no es constante, toda vez que depende entre otros aspectos del tipo de programación del canal que se desee comprimir. Por lo anterior, solo se pueden tener tasas de transmisión promedio.

Cabe mencionar, que los estándares de compresión más utilizados en la actualidad son el MPEG2 y el MPEG4; precisando, que los estándar MPEG4 es más avanzado y eficiente; por tal motivo, es de los más utilizados en la transmisión satelital de señales de televisión.

Por lo que se refiere a la capacidad satelital que ocupa una señal de televisión en un transponder, por lo antes descrito depende del tipo de programación que se desea transmitir, la calidad de la imagen (por ejemplo calidad estándar SD o alta definición HD) y el estándar de compresión utilizado.

A manera de ejemplo, la tasa de transferencia de una señal de televisión digital con calidad HD para el caso del estándar MPEG4 en promedio es de 9 Mbps y ocupa una capacidad del transponder del satélite de 4.5 MHz; mientras que para el caso de una señal SD MPEG2 en promedio tiene una tasa de transferencia de 2.57 Mbps y ocupa una capacidad del transponder del satélite de 2.57 MHz.

Consideraciones del Instituto:

Si bien es cierto que el perito responde a lo que se le solicita, describiendo qué es la tasa de transferencia para transmitir una señal de televisión radiodifundida vía satélite, así como también señalando cuáles son las tasas que normalmente se utilizan, su respuesta no aporta elementos que sean suficientes o que expliquen la relación que existe entre la modificación a las medidas referidas en el Oficio de inicio y la pregunta realizada al perito, pues no señala específicamente que pretende refutar de las medidas modificadas notificadas al AEPR.

La pregunta contenida en el numeral “6” señala: Que indique el perito cuántas señales de televisión radiodifundida se pueden retransmitir en un transpondedor, especificando, cuántas señales en definición estándar y cuántas en alta definición.

Respuesta del perito:

Conforme a las tasas de transferencia descritas en la respuesta a la pregunta 5, en un transponder de 36 MHz se pueden retransmitir en promedio de 8 señales de televisión con calidad HD comprimidas con el estándar MPEG4 y 14 señales con calidad SD comprimidas con el estándar MPEG2.

En virtud de lo anterior, por ejemplo, para el caso de un satélite que cuente con 24 transponders de 36 MHz en banda C, se podrían transmitir en promedio 192 señales con calidad HD o 336 señales con calidad SD en cada satélite, si se dedicara exclusivamente a la transmisión de señales de televisión, lo cual no siempre es posible por la demanda de servicios satelitales.

Consideraciones del Instituto:

A propósito de la respuesta proporcionada por el perito a la pregunta indicada, se considera que la respuesta se refiere a características técnicas de las cuales el Instituto tiene conocimiento, sin embargo, tanto en la pregunta como en la respuesta por parte de perito no se encuentran los elementos suficientes para refutar las modificaciones a las medidas señaladas en el Oficio de Inicio.

La pregunta contenida en el numeral “7” señala:

7. Que diga el perito cuántas señales con contenido programático denominado “Las Estrellas”, “Foro TV”, “Canal 5” y “Nu9ve” son radiodifundidas a lo largo de la República

Mexicana y excluyendo aquellas radiodifundidas dentro del área de servicio de la Ciudad de México.

Respuesta del perito:

Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales

En total se transmiten 300 señales de televisión a lo largo de la República Mexicana y excluyendo aquellas radiodifundidas dentro del área de servicio de la Ciudad de México, las cuales tiene que cumplir con sus respectivas pautas de tiempos de estado y de comercialización.

Consideraciones del Instituto:

De acuerdo con la respuesta del perito a la pregunta que le fue realizada, los elementos que se presentan en estas son generales, ni en el mismo dictamen pericial se refiere específicamente a qué medida impuesta al AEPR pretende contribuir, pues solo se menciona de manera general que la prueba pericial tiene relación con los argumentos realizados por GTV-Televisa, y pese que menciona que es particularmente al análisis de las modificaciones y adiciones a las medidas impuestas al AEPR así como a las medidas relacionadas con publicidad, como se mencionó anteriormente, tanto la pregunta al perito como su respuesta no aporta lo suficiente para alegar lo presentado en el Oficio de Inicio, pues no es claro qué opinión realizada por GTV-Televisa pretende validar.

La pregunta número 8 menciona:

8. Que explique el perito la tecnología por medio de la cual ofrece a los interesados la "Oferta de canales de programación" Grupo Televisa.

Respuesta del perito:

La "Oferta de canales de programación" de Grupo Televisa a nivel nacional y al continente americano se ofrece por medio de sistemas de transmisión satelital restringidos en banda "C", mientras que para el continente europeo es en banda KU.

Es responsabilidad de los interesados llevar a cabo el proceso de down link (descarga de la señal) de los canales de programación a través de un decodificador.

Consideraciones del Instituto:

De conformidad con la respuesta del perito a la pregunta que le fue planteada, si bien explica la tecnología utilizada por GTV-Televisa, lo cierto es que no se encuentra relación entre esta y la modificación a las medidas planteadas en el Oficio de Inicio.

Respecto a la pregunta número 9 señala:

9. Que indique el perito que canales de programación radiodifundidos ofrece Grupo Televisa en la “Oferta de canales de programación” a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o terceros.

Respuesta del perito:

En la “Oferta de canales de programación” que ofrece Grupo Televisa a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o tercero ofrece los canales radiodifundidos Canal 2 (Las Estrellas), Canal 4 (Foro TV), Canal 5 y Canal 9 (El Nueve).

Consideraciones del Instituto:

En primera instancia, la respuesta del perito a la pregunta que le fue planteada no es desconocida para el Instituto, pues el Instituto tiene conocimiento acerca de los canales de programación radiodifundidos que ofrece GTV-Televisa. En segundo lugar, considerando la asertividad de la respuesta del perito, lo cierto es que no se advierte qué es lo que pretende alegar conforme a lo establecido en el Oficio de Inicio.

La pregunta número 10 menciona:

10. Que explique el perito qué implicaciones técnicas y económicas respecto al equipamiento y capacidad satelital que se requerirían para proporcionar la “Oferta de canales de programación” de forma desagregada a nivel localidad en todo el país.

Respuesta del perito:

Para proporcionar la “Oferta de canales de programación” de forma desagregada a nivel localidad en todo el país, se requeriría incrementar considerablemente la infraestructura y capacidad satelital con la que actualmente cuenta Grupo Televisa, para proporcionar a los interesados los canales de programación con los tiempos de estado y publicidad contratada acorde a una determinada localidad.

Cabe mencionar, que conforme al Censo Nacional de Población 2020, en los Estados Unidos Mexicanos existen 189,432 localidades. Mientras que existen 2469 municipios y demarcaciones territoriales que conforman los 31 estados y la Ciudad de México.

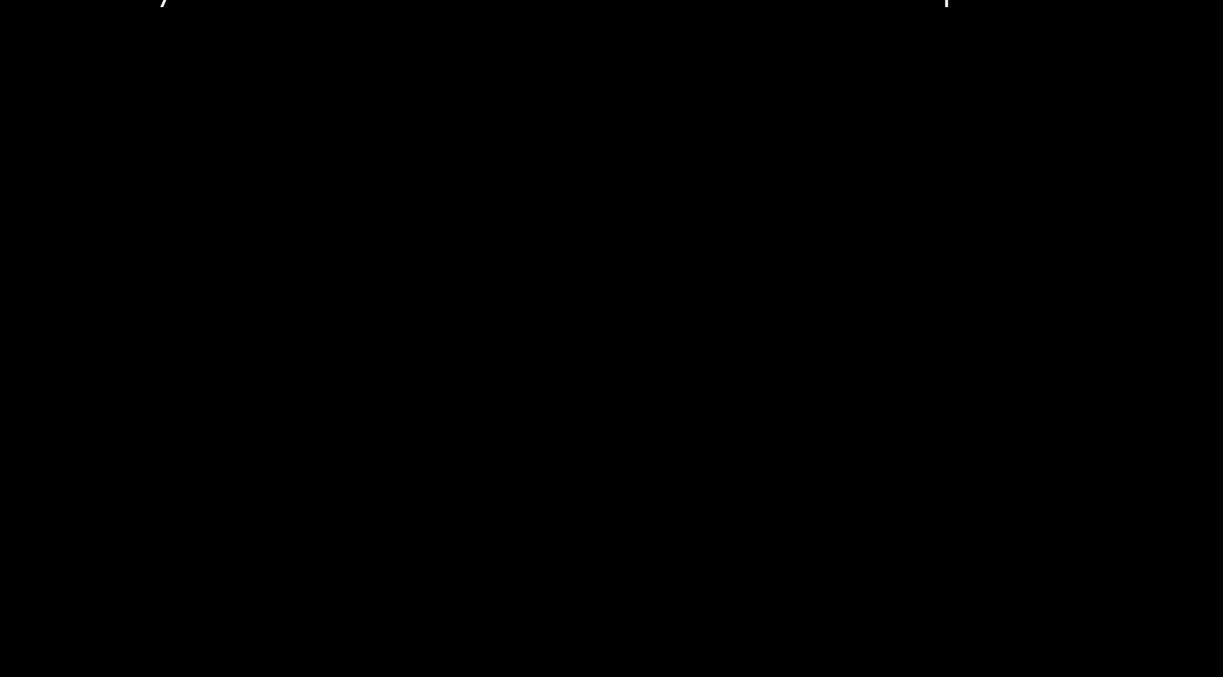
En este sentido, como ya se mencionó en el desarrollo del presente dictamen técnico-jurídico actualmente Grupo Televisa radiodifunde a nivel nacional 300 señales de canales de programación de sus estaciones principales con sus respectivas pautas de tiempos de

estado y comerciales, cuyas señales son enviadas vía satélite desde la Ciudad de México a las estaciones repetidoras en el interior del país.

Desde las instalaciones ubicadas en [REDACTED] Domicilio de la persona moral [REDACTED], se distribuyen vía satélite señales de televisión radiodifundidas de los canales 2, 5, 9 y Foro TV. Se distribuyen 10 tipos de señales de canales radiodifundidos, las cuales son:

1. Canal 2
2. Canal 2 TP
3. Canal 2 TN
4. Canal 5
5. Canal 5 TP
6. Canal 5 TN
7. Canal 9
8. Canal 9 TP
9. Canal 9 TN
10. Canal Foro TV

Hechos y actos de carácter administrativo de la persona moral



Adicionalmente, la “Oferta de canales de programación” como ya se mencionó, se ofrece vía satélite y está compuesta por canales de televisión radiodifundidos y restringidos, que se ofrecen a nivel nacional, así como a los continentes americano y europeo, también desde las instalaciones ubicadas en Domicilio de la persona moral

Lo que se describe a continuación:

Se distribuyen 44 señales de canales restringidos de Televisa Networks, las cuales se dividen en los siguientes sistemas:

	SISTEMA MEXICO
1	Golden Mx HD
2	De película Mx HD
3	Telehit Mx HD
4	De película MPX HD
5	Estrellas Díf 1 hr. HD
6	Golden MPX HD
7	ASN Delay (-2hrs.) HD
8	TUDN Delay (-2hrs.) HD

	SISTEMA PANREG-1
1	Foro TV Canal 4 HD
2	XHGC Canal 5 HD
3	BITME HD
4	Canal 2 Delay HD
5	Telehit Musica Mx HD
6	Distrito Comedia Mx HD
7	Estrellas Segmentado HD (C2 HD)
8	Canal Nu9ve HD
9	Golden Edge Mx HD

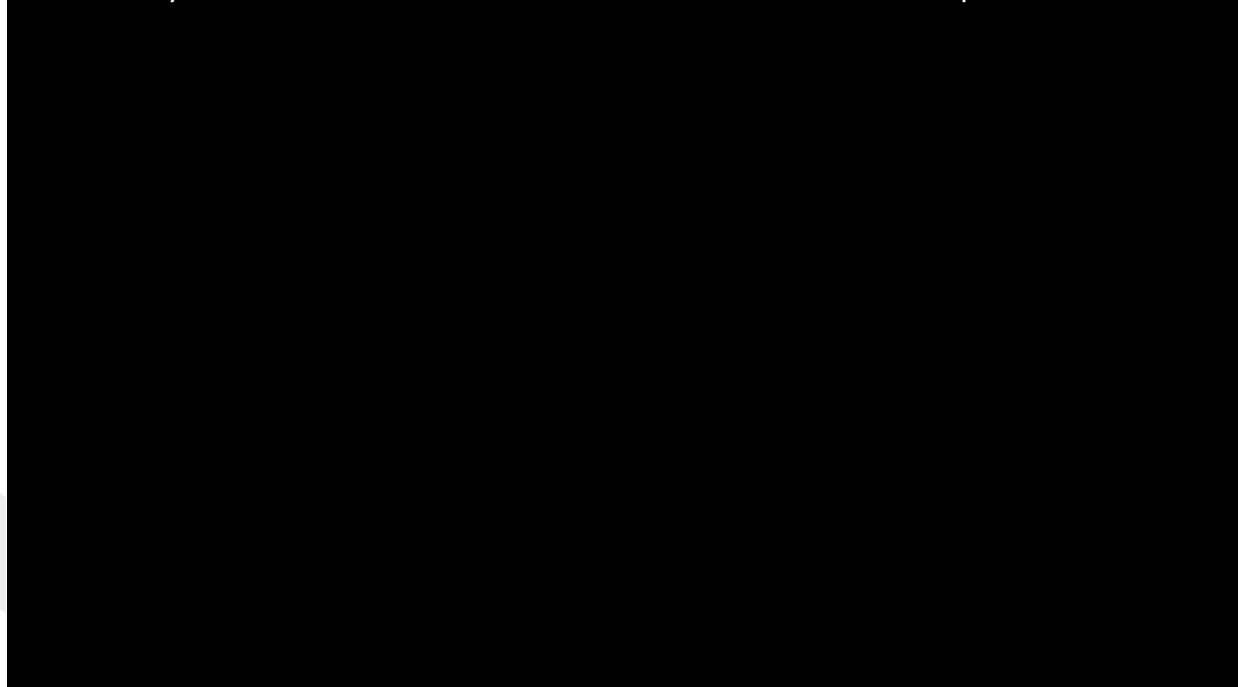
	SISTEMA CONTINENTAL
1	Telehit Plus HD
2	De Película Plus HD
3	TUDN Mx HD
4	Golden Plus HD
5	Adrenalina Sport Network Lat/ MxHD
6	Golden Premier HD
7	Golden Premier -2 Hrs HD
8	Unicable Mx HD
9	Telenovelas Mx HD

10	Bandamax Mx HD

	SISTEMA LATAM
1	Telenovelas Portugues PAL SD
2	Telenovelas DUAL HD
3	De Pelicula Lat HD
4	Telehit Lat HD
5	Golden Edge Lat Hd
6	Distrito Comedia Lat HD
7	Telehit Musica Lat HD
8	Bandamax Lat HD
9	Bitme Lat HD
10	C. Estrellas CA Lat HD
11	Telenovelas HD PAL (Program 24)

	SISTEMA PANREG-2
1	Canal de las Estrellas Lat HD
2	Univision Lat HD
3	TUDN Centro HD
4	Telenovelas Centro HD
5	Golden lat HD
6	Telenovelas Hisp HD

Hechos y actos de carácter administrativo de la persona moral



Hechos y actos de carácter administrativo de la persona moral

Por lo anterior, para ofrecer la “Oferta de canales de programación” de forma desagregada a nivel localidad en todo el país, por el número de localidades con las que cuenta el país (189,432), se requeriría incrementar notablemente la infraestructura y capacidad satelital para distribuir vía satélite las señales de canales de programación radiodifundidos y restringidos que actualmente transmite vía satélite Grupo Televisa.

Cabe mencionar, que por lo que toca a la capacidad satelital, como ya se mencionó en el desarrollo del presente dictamen técnico-jurídico, para el caso de un satélite que cuente con 24 transponders de 36 MHz en banda C, se podrían transmitir en promedio 192 señales con calidad HD o 336 señales con calidad SD en cada satélite, si se dedicara exclusivamente a la transmisión de señales de televisión, lo cual no siempre es posible por la demanda de servicios satelitales.

Por lo que toca al impacto económico, a manera de ejemplo, a continuación, se muestra el equipamiento y costo, para la distribución vía satélite de los canales de televisión radiodifundida de Grupo Televisa, con lo que se puede dimensionar el impacto que tendría el adoptar una medida de esta naturaleza:

- Para la distribución satelital de señales radiodifundidas.

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

Consideraciones del Instituto

Si bien el perito señala las implicaciones económicas y técnicas respecto a la distribución de canales de programación desagregada por localidad, dicha información no está relacionada con el objetivo de la medida propuesta, ya que la modificación es únicamente en caso de que así lo solicite algún interesado y para localidades específicamente solicitadas ya que, el AEPR debe ofrecer sus canales bajo las mismas condiciones a las que el mismo utiliza para sus integrantes, por lo tanto, no se advierte que es lo que se busca refutar de la propuesta. Asimismo, como se ha señalado anteriormente, se reitera que las medidas de Contenidos buscan evitar afectaciones al proceso de competencia, buscando impedir la realización de posibles conductas excluyentes hacia otros competidores, derivadas del riesgo que constituye la existencia de un agente económico preponderante.

Valoración de la Inspección Ocular

Consistente en la visita que realice el funcionario adscrito al Instituto a las instalaciones de GTV-Televisa, ubicadas en [REDACTED] Domicilio de la persona moral [REDACTED] para efecto de verificar y constar (i) la operación que se lleva a cabo para distribuir señales radiodifundidas y de televisión restringida en la infraestructura de Televisa (ii) los equipos de telecomunicaciones necesarios para llevar a cabo la distribución de señales de televisión restringida, (iii) capacidad satelital con la que cuenta Televisa e (iv) imposibilidad técnica para ofrecer canales de programación radiodifundidos desde localidades.

La prueba en análisis tiene valor probatorio indiciario de conformidad con lo dispuesto en los artículos 79, 93 fracciones III y VII, 133, 188, 197, 203, 210-A y 217 del CFPC de aplicación supletoria de la LFTR, de conformidad con su artículo 6, fracción VII; sin embargo, la prueba resulta ser insuficiente para acreditar que, económica y técnicamente

las implicaciones de las modificaciones a la medida en relación con la Medida Décima Novena que pudieran generar sobre la dinámica de la industria y el bienestar social y menos en las condiciones de competencia del mercado en que opera el AEPR.

Lo anterior, en virtud de que la prueba de inspección ocular trata sobre el examen sensorial directo realizado por los servidores públicos en cosas u objetos que están relacionados con la Medida relacionada con la oferta de canales de programación, cuya finalidad es aclarar o fijar hechos relativos a la regulación que no requieran conocimientos técnicos especiales; es decir, su objeto atiende a lo que se puede percibir a través de los sentidos con verificación al momento.

Una vez precisado lo anterior, la inspección ocular realizada el treinta y uno de octubre de dos mil veintitrés, por personal adscrito a la Unidad de Política Regulatoria del Instituto, en la cual, en su inicio GTV-Televisa, mostró una presentación para dar contexto al proceso técnico para radiodifundir las señales del servicio de televisión radiodifundida y televisión restringida de los canales que tiene GTV-Televisa, como se observa de la transcripción siguiente.

“Acto seguido, se trasladó al personal del Instituto al “Centro de Enlaces Ascendentes” para visualizar todos los equipos de compresión, modulación, transmisión de las señales radiodifundidas, después se procedió a lo que denominan “Granja de Antenas”, y se explicó por parte del personal de la empresa el proceso que tenían las señales para su transmisión, después se regresó al centro de enlaces ascendentes para observar el monitoreo de las señales transmitidas y análisis de la señal recibida. Posteriormente se procedió a ver los equipos de compresión, modulación y multiplexación de las señales para televisión restringida, en donde el personal de la empresa visitada explicó de forma general el funcionamiento de los equipos y el tratamiento de las señales para el servicio de televisión restringida, después regresamos a la granja de antenas para observar la antena que transmite las señales al satélite correspondiente a lo que el personal explicó su funcionamiento y análisis de la señal del servicio de televisión restringida.

Sobre lo anterior se anexan al presenta acta las fotos correspondientes de los equipos.

*Acto continuo, el C. [Nombre de persona física] y [Nombre de persona física], en uso de la voz de GTV y Televisa, respectivamente manifestaron que, “de la revisión ocular se comprueba la capacidad satelital contratada está completamente utilizada; asimismo, manifestó que, las 225 estaciones receptoras de televisión radiodifundida localizadas en el territorio nacional no pueden retransmitir ninguna señal, solo está diseñada (la infraestructura) para recibir señales, es decir, no pueden realizar el **uplink** porque no tiene la capacidad, el equipo ni los permisos”.*

Finalizaron manifestando que, “con relación con la distribución de las señas de televisión restringida que se ofrece a través de Televisa Networks, se acredita que las mismas se ofrecen y entregan a los licenciarios/cableoperadores a través del satélite correspondientes los cuales se encargan bajo su responsabilidad, de realizar su recepción y decodificación (downlink) para redistribuirlos en sus sistemas a sus suscriptores. Las empresas objeto de la presente diligencia no cuenta con la capacidad, como se comprobó en la presente diligencia, para ofrecer las señales en cada localidad”.

Asentado lo anterior, es de mencionar que, atendiendo a la naturaleza jurídica de la inspección judicial, la percepción que el servidor público haga de las instalaciones objeto de la prueba no debe requerir ningún conocimiento especializado, sino que será simplemente la percepción que ellos puedan captar como cualquier persona, toda vez que si se requiriera de algún conocimiento especializado para ello, esto ya no sería materia de la prueba de inspección judicial, sino de un medio probatorio distinto como lo es una pericial.

En este tenor la inspección ocular ofrecida por GTV-Televisa para determinar la imposibilidad técnica para ofrecer los canales de programación en los términos que pretende el Instituto, no es idónea con la naturaleza de la citada prueba, toda vez que dicho medio de convicción está limitada solo a lo que los servidores públicos percibieron en la fecha y hora indicadas para su desahogo, como se acredita con las actas levantadas en día treinta y uno de octubre de dos mil veintitrés, pues de la misma se observó lo siguiente:

La existencia de diverso equipo que, a decir del personal técnico de GTV-Televisa, son utilizados para la comprensión, modulación, transmisión de señales para su radiodifusión y su monitoreo. Del mismo modo, se pudo observar la existencia de antenas parabólicas que a decir del personal técnico son utilizadas para la transmisión de señales para su posterior radiodifusión. Así también, se observó un segundo grupo de equipos de comprensión, modulación, transmisión de señales utilizado para su distribución a sistemas de paga. Cabe destacar que, no es posible constatar lo que pretende el oferente en un solo momento, pues lo manifestado por los CC. [Nombre de persona física] y [Nombre de persona física] implica que con el desarrollo propio de la actividad realizada por GTV-Televisa a través del tiempo no depende de la prueba de mérito, por no poder apreciarse con los sentidos del funcionario público del Instituto durante el desahogo de la prueba.

Lo anterior se robustece con la siguiente tesis Aislada: III.T.53 L Registro digital: 194853, Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito, Novena Época, Materias(s): Laboral, , Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta. Tomo IX, Enero de 1999, página 865, cuyo rubro y texto se transcribe:

INSPECCIÓN OCULAR. SU VALORACIÓN DEBE CONCRETARSE AL OBJETO PARA EL CUAL FUE OFRECIDA. El artículo 827 de la Ley Federal del Trabajo, impone al oferente de la inspección ocular, entre otros requisitos, el de precisar el objeto materia de la misma; mientras que el numeral 829, fracción I, de ese ordenamiento legal, prevé que, para el desahogo de la prueba, el actuario tendrá que ceñirse estrictamente a lo ordenado por la Junta. De lo antes expuesto, debe concluirse que la valoración de ese medio de prueba, debe efectuarse atendiendo al objeto preciso para el cual fue ofrecida; de tal manera que si al proponerse la inspección, no se vinculó un hecho y si contrariando la determinación relativa, durante su recepción la autoridad se excede y enfoca su actuación respecto de hechos ajenos a los que el oferente de la prueba pretendió justificar, éstos no deben tenerse por probados por no formar parte del objetivo de la prueba.

Por consiguiente, la prueba de inspección ocular no resulta idónea para acreditar los extremos que pretende la oferente GTV-Televisa, esto es, con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, (IX) Medida relacionada con la oferta de canales de programación, pues, en caso contrario, se estaría desvirtuando la propia naturaleza de la inspección judicial.

Sin embargo, como se menciona anteriormente, la prueba resulta inadecuada para refutar lo propuesto en el Oficio de Inicio respecto de las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas con las que se relaciona.

Finalmente, la inspección ocular en estudio solo resulta apta para tener por justificados los hechos que se observaron en el acto mismo de la diligencia, pero no para inferir en ella hechos o cuestiones diversas a la inspección propiamente dicha.

En relación con las manifestaciones transcritas previamente, el Instituto expone lo siguiente:

Al respecto de los argumentos por parte de GTV-Televisa, cabe recordar lo señalado en el Oficio de Inicio en el que se menciona que la finalidad de la propuesta de la medida es dar claridad y evitar ambigüedades en el término de desagregación, en ese sentido, se modifica la medida para ser consistente con el propósito original, así como razonable y proporcional a éste.

Asimismo, es de señalar que el objeto de las medidas de oferta de canales de programación está enfocado en que dichos canales puedan ser adquiridos en condiciones no discriminatorias, por lo que, el argumento manifestado por GTV-Televisa en conjunto con la Prueba 10 Pericial en Radiodifusión y Telecomunicaciones, en la que se indica que una oferta desagregada a nivel localidad implicaría incrementar notablemente la infraestructura y capacidad satelital para distribuir las señales de canales de programación radiodifundidos y restringidos que actualmente transmite GTV-Televisa, se considera

procedente toda vez que se advierte una repercusión económica elevada que podría tener un impacto negativo en el desarrollo del sector.

Además, como se expuso en el Oficio de Inicio de Procedimiento, la propuesta de modificación tiene la finalidad de dar claridad en cuanto a la ubicación en que debería ser entregado el servicio, toda vez que no se precisa el alcance de la ubicación geográfica en la prestación del mismo, por lo que, se considera pertinente mencionar que aquellas “zonas de sombra” a las que se hace referencia en dicho oficio, y en las cuales se podría solicitar los canales de programación, se consideran complementarias a las obligaciones de acceso y retransmisión (*must carry* y *must offer*) y no exclusivas, es decir, no se tendría que elegir entre cumplir una regulación u otra, por lo que el AEPR deberá ofertar los canales de programación con base en el número de usuarios a los que el Concesionario Solicitante desee atender a través de las obligaciones de la Medida Décima Novena sin considerar aquellos usuarios que ya sean atendidos por las obligaciones de *must carry* y *must offer*, toda vez que si no se realiza esta distinción, se estaría afectando la regla de gratuidad y los objetivos de los lineamientos de *must carry* *must offer*.

Adicionalmente, se considera pertinente mencionar que la Medida Vigésima Sexta, establece que el Instituto resolverá los desacuerdos que se susciten entre el AEPR y los Concesionarios Solicitantes, sobre la prestación de los servicios objeto de las presentes medidas, por lo que se advierte que los posibles desacuerdos que puedan suscitarse a raíz de lo expuesto en el párrafo anterior quedan salvaguardados dentro de las mismas Medidas, lo que brinda de certeza hacia las partes y da claridad acerca del propósito de las Medidas establecidas.

Finalmente, la publicación y entrega de información relativa a los términos y condiciones en las que ofrece sus Canales de Programación coadyuvará a que el Instituto pueda verificar que no se esté afectando los objetivos de la regulación, además de que permitirá al Instituto llevar a cabo sus actividades de supervisión y verificación de las obligaciones de la Medida.

Medida final

En razón de lo expuesto, se determina el texto de la medida conforme a lo siguiente:

DÉCIMA NOVENA. - Cuando el Agente Económico Preponderante ofrezca cualquiera de sus Canales de Programación a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o terceros, en alguna Plataforma Tecnológica distinta a la de televisión radiodifundida, deberá ofrecerlos a cualquier otra persona que se los solicite para esa plataforma en términos y condiciones no discriminatorias. En caso de que se ofrezcan dos o más Canales de Programación en forma empaquetada, también deberán ofrecerse en forma desempaquetada.

El Agente Económico Preponderante deberá publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto la información relativa a los términos y condiciones en las que ofrece sus Canales de Programación, la cual deberá incluir al menos: las tarifas de referencia, así como la definición de las variables consideradas; los modelos de los contratos aplicables; los planes de bonificaciones y descuentos; así como cualquier otra práctica comercial relevante.

El Agente Económico Preponderante deberá publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto la información referente a cualquier modificación a lo señalado en los párrafos anteriores, en un plazo no mayor a 10 días hábiles posteriores a la realización de dicha modificación.

Medida relacionada con la participación en clubes de compra

En el Oficio de Inicio de Procedimiento, se notificó a los integrantes del AEPR la modificación a la Medida Vigésima, en los siguientes términos:

“VIGÉSIMA. - El Agente Económico Preponderante sólo podrá participar o permanecer en clubes de compra de contenidos audiovisuales, previa autorización del Instituto, a fin de asegurar que dicha participación no tenga efectos anticompetitivos. Se entiende por club de compra de contenidos audiovisuales cualquier arreglo, contrato, convenio, acuerdos, incluyendo participación en coinversiones, entre dos o más agentes económicos para adquirir derechos de transmisión de contenidos audiovisuales en forma conjunta.”

Manifestaciones de las Afiladas Independientes:

Respecto a la modificación de esta medida, no se presentaron manifestaciones por parte de las Afiliadas Independientes.

GTV-Televisa expuso lo siguiente en sus manifestaciones:

a) Resulta innecesaria la modificación a la medida Vigésima

En el apartado de “Participación en clubes de compra” de los Oficios se concluye que la medida Vigésima ha tenido un impacto alto en relación con el propósito que se planteó en la Resolución de Preponderancia para prevenir que el AEPR (i) obtenga ventajas de participar en clubes de compra y las utilice en contra de competidores que no tienen acceso a los beneficios de estas compras conjuntas o (ii) utilice su participación en clubes de compra para coordinarse con competidores o para incurrir en prácticas monopólicas absolutas. Esto, pues no se identifica que el AEPR haya participado en clubes de compra o haya incurrido en las conductas específicas que busca prevenir la regulación.

Por lo anterior, los Oficios señalan que se mantiene la medida, sin embargo, también dicen que se modifica su redacción para dar claridad a lo que respecta a los tipos de arreglo al que llegue el AEPR para comprar contenidos audiovisuales de forma conjunta.

La modificación referida se traduce de la siguiente forma:

*“**VIGÉSIMA.** El Agente Económico Preponderante sólo podrá participar o permanecer en clubes de compra de contenidos audiovisuales, previa autorización del Instituto, a fin de asegurar que dicha participación no tenga efectos anticompetitivos. Se entiende por club de compra de contenidos audiovisuales cualquier arreglo, contrato, convenio, acuerdos, incluyendo participación en coinversiones, entre dos o más agentes económicos para adquirir derechos de transmisión de contenidos audiovisuales en forma conjunta.”*

(Énfasis añadido)

La modificación a la definición de club de compra resulta innecesaria y excesiva, ya que si se ha resuelto por el propio IFT que la medida se cumple y tiene un impacto alto en relación con el propósito que se planteó, no se justifica tanto fáctica como técnicamente la determinación de modificar la presente medida, así como tampoco acredita con hecho alguno cuál sería la posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir.

b) La prohibición de participar en clubes de compra debe suprimirse, ya que afecta a los usuarios finales.

La prohibición de participar en clubes de compra de contenidos tiene como finalidad manifestada por la Resolución de Preponderancia evitar que ello “sea utilizado con propósitos anticompetitivos”. A su juicio, ello es así porque la participación en clubes de compra “mejor[a] los términos y condiciones de la adquisición” de contenidos, lo que “introduce el riesgo de que estas ventajas sean utilizadas en contra de competidores que no tienen acceso a los beneficios de estas compras conjuntas”.

No obstante lo anterior, ese Instituto omite tomar en consideración que del momento en que se impuso la medida (año 2014) al presente, el mercado de adquisición de contenidos ha cambiado en su totalidad, por lo que el supuesto poder y ventaja que se le atribuyó al AEPR en la Resolución de Preponderancia, actualmente se encuentra totalmente pulverizado junto a todos los competidores internacionales que buscan adquirir contenido a nivel global, lo anterior en perjuicio directo de las audiencias y su garantía constitucional de pluralidad de información.

Tal como se señaló anteriormente, muchos de los contenidos, especialmente los deportivos son ofertados al mercado vía una oferta pública abierta (conocida internacionalmente como “tender”), donde los interesados manifiestan el interés de participar y se obligan en los

términos y condiciones establecidos unilateralmente por el dueño de los derechos, firmando un acuerdo de participación que se traduce en un acuerdo obligatorio para el invitado, pero no para el ofertante (incluyendo hasta la entrega de una garantía bancaria).

Para poder alcanzar los términos solicitados por los dueños de los derechos, en muchas ocasiones los interesados buscan asociarse para que su oferta sea más atractiva. El oferente evalúa las ofertas presentadas por todos los interesados y decide unilateralmente a quien y bajo qué términos otorgará los derechos de transmisión de la propiedad en cuestión.

Así, el AEPR para la compra de contenido se enfrenta a los conglomerados internacionales más grandes que no tienen restricción alguna para participar en clubes de compra, sin tener la posibilidad de asociarse con terceros de manera eficiente, ya que en su caso tendría que esperar la aprobación de ese Instituto para poder competir de manera conjunta con terceros por contenido que en últimos términos llegaría a las audiencias del STR en México.

Derivado de lo anterior, la necesidad de contar con una “previa autorización del Instituto” constituye una barrera para poder responder al dinamismo con el que se tienen que presentar las ofertas por contenido.

Pruebas ofrecidas por GTV-Televisa

GTV-Televisa no ofrecieron prueba alguna en el procedimiento de la revisión bienal en radiodifusión relacionada con las medidas propuestas en los oficios de inicio, particularmente con implementación de la Medida Vigésima; no obstante, de haber sido debidamente notificadas de los citados oficios.

Consideraciones del Instituto

Análisis en Materia de Competencia:

En el Análisis en Materia de Competencia se menciona que la Medida Vigésima tanto en la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión como en Resolución Bienal en Radiodifusión establece que el AEPR sólo podrá participar o permanecer en clubes de compra de contenidos audiovisuales previa autorización del Instituto, a fin de asegurar que dicha participación no tenga efectos anticompetitivos.

En cuanto a la implementación de la Medida Vigésima, se advierte lo siguiente:

Grupo Televisa¹⁷¹

Entre el 1T 2017 y el 4T 2021, no se identifica que GTV-Televisa haya participado en algún club de compra de contenidos audiovisuales.

Afiliadas Independientes

Entre el 1T 2017 y el 4T 2021, no se identifica que alguna de las Afiliadas Independientes haya participado en algún club de compra de contenidos audiovisuales.¹⁷²

Informe conductual

En el Informe Conductual se aclara que se entiende por club de compra de contenidos audiovisuales, cualquier arreglo entre dos o más agentes económicos para adquirir derechos de transmisión de contenidos audiovisuales en forma conjunta, con la finalidad de mejorar los términos de esa adquisición.

Grupo Televisa.

- GTV-Televisa Manifestó no participar en clubes de compra.

Afiliadas Independientes.

Ninguna Afiliada Independiente¹⁷³ realizó solicitudes de autorización ante el Instituto para participar en clubes de compra.

Asimismo, las Afiliadas Independientes¹⁷⁴ manifestaron no participar en clubes de compra.

Televisora XHBO, S.A. de C.V.¹⁷⁵, Hilda Graciela Rivera Flores y Televisora Potosina, S.A. de C.V., no proporcionaron información para el periodo en revisión, por lo que continúan las actividades de supervisión y verificación.

En relación con las manifestaciones transcritas previamente, el Instituto expone lo siguiente:

Respecto a la manifestación de GTV, si bien en el Oficio de Inicio se señaló que la Medida Vigésima se modificó con el objetivo de dar claridad a lo que respecta a los tipos de arreglo al que llegue el AEPR para comprar contenidos audiovisuales de forma conjunta, lo cierto es que dicha medida ha tenido un alto impacto pues no se identifica que el AEPR haya participado en clubes de compra o haya incurrido en las conductas específicas que busca

¹⁷¹ La información de Grupo Televisa para el periodo del 1T 2017 al 4T 2021 se obtuvo de los ITC correspondientes exclusivamente para las Medidas impuestas mediante la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión, así como del IC de Grupo Televisa. En consecuencia, todas las modificaciones, supresiones o adiciones a las Medidas realizadas mediante la Resolución Bienal en Radiodifusión no se consideraron en el análisis, en virtud de que no le resultan aplicables a Grupo Televisa.

¹⁷² Informes Trimestrales de Cumplimiento, 1T 2017 a 4T 2020 y el IC de las Afiliadas Independientes. Roberto Casimiro González Treviño no presentó información al Instituto para el 3T 2017, 4T 2017, 1T 2018, 4T 2018, 1T 2019 y 4T 2019; Hilda Graciela Rivera Flores no presentó información para el 3T 2017, 4T 2017, 1T 2018, 4T 2018, 1T 2019, 4T 2019, y 2020-2021; Televisora Potosina no presentó información al Instituto para el 3T 2017, 4T 2017, 1T 2018, 3T 2019, y 2020-2021, y Televisora XHBO, S.A. de C.V. no presentó información al Instituto para el periodo 2020-2021.

¹⁷³ Información correspondiente al 4T 2021.

¹⁷⁴ La información de Televisora XHBO, S.A. de C.V. corresponde al 4T 2021

¹⁷⁵ Presentó información correspondiente al 4T 2021

prevenir la regulación, por lo que los argumentos expuestos previamente resultan procedentes.

En relación con los argumentos expuestos en este numeral, se considera pertinente aclarar que, no existe prohibición alguna de participar en clubes de compra, por lo que los argumentos expuestos carecen de precisión toda vez que la medida establece que el Agente Económico Preponderante solo podrá participar o permanecer en clubes de compra previa autorización del Instituto, ya que la medida VIGÉSIMA referente a los clubes de compra fue establecida desde la Resolución de Preponderancia y encuentra justificación a fin de asegurar que los posibles beneficios de dicha membresía no sean utilizados con propósitos anticompetitivos, por lo que no se consideran procedentes las manifestaciones expresadas por GTV-Televisa en el inciso *“b) La prohibición de participar en clubes de compra debe suprimirse, ya que afecta a los usuarios finales”*.

En relación con la propuesta de modificación de la Medida, como se estableció en el Oficio de Inicio de Procedimiento, tenía como objetivo dar claridad en lo que respecta a los tipos de arreglo al que el AEPR podría celebrar para comprar contenidos audiovisuales de forma conjunta, ya que en el Análisis en Materia de Competencia se advirtió que persistían los riesgos en materia de competencia económica que motivaron la imposición de la Medida, sin embargo, la manifestación de GTV-Televisa en el que expone que la modificación a la definición de club de compra resulta innecesaria y excesiva, ya que el propio Instituto a través del Análisis en Materia de Competencia advierte que el objetivo de la medida se ha cumplido y ha tenido un impacto alto en relación con el propósito que se planteó, resulta atendible por parte de esta autoridad, toda vez que, de acuerdo al Análisis en Materia de Competencia, entre el 1T 2017 y el 4T 2021, no se identifica que GTV-Televisa haya participado en algún club de compra de contenidos audiovisuales, por otro lado, la redacción de la Medida que actualmente está vigente, menciona que se entenderá por club de compra *“cualquier arreglo entre dos o más agentes económicos para adquirir derechos de transmisión de contenidos audiovisuales en forma conjunta”* por lo que no se advierte en este momento una afectación a la competencia que amerite la modificación de la Medida en cuestión, razón por lo cual se considera el ajuste a la propuesta de modificación de la Medida notificada en el Oficio de Inicio de Procedimiento.

Valoración de las pruebas

Como se mencionó en párrafos previos, GTV-Televisa no ofreció prueba alguna en el procedimiento de la revisión bienal en radiodifusión relacionada con la modificación al segundo párrafo de la Medida Vigésima, por ende, no existe materia de análisis.

Medida final

En razón de lo expuesto, se determina el texto de la medida conforme a lo siguiente:

VIGÉSIMA.- El Agente Económico Preponderante sólo podrá participar o permanecer en clubes de compra de contenidos audiovisuales previa autorización del Instituto, a fin de asegurar que dicha participación no tenga

efectos anticompetitivos. Se entiende por club de compra de contenidos audiovisuales cualquier arreglo entre dos o más agentes económicos para adquirir derechos de transmisión de contenidos audiovisuales en forma conjunta con la finalidad de mejorar los términos de esa adquisición.

Medida relacionada con la oferta de espacios publicitarios

En el Oficio de Inicio de Procedimiento, se notificó a los integrantes del AEPR la modificación al primer y segundo párrafo, así como la adición del primer párrafo los incisos a), b), c), d) y e) de la Medida Vigésima Primera, además de la modificación de la Medida Vigésima Segunda en los siguientes términos:

“VIGÉSIMA PRIMERA.- El Agente Económico Preponderante deberá publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto la información relativa a los diversos servicios de publicidad que ofrece en el Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada, tales como anuncios comerciales y publicidad dentro de los programas y paquetes, la cual deberá incluir para cada servicio:

- a) Las tarifas de referencia de cada uno de ellos, así como la definición de los criterios aplicables, de las variables consideradas y la ponderación empleada para su cálculo, las cuales deben ser cuantitativas y medibles;*
- b) Los planes de bonificaciones y descuentos;*
- c) Los términos y condiciones de venta;*
- d) Los modelos de los contratos aplicables a cada servicio;*
- e) Cualquier otra práctica comercial.*

El Agente Económico Preponderante deberá publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto cualquier modificación a lo señalado en los párrafos anteriores, en un plazo no mayor a 10 días hábiles posteriores a la realización de dicha modificación.”

“VIGÉSIMA SEGUNDA.– En los espacios publicitarios ofrecidos en sus distintas Plataformas Tecnológicas, cada integrante del Agente Económico Preponderante no deberá, directamente ni a través de subsidiarias y afiliadas propias o de participación mayoritaria, establecer a las personas que soliciten espacios publicitarios para anunciar servicios de telecomunicaciones:

- Condiciones que inhiban la competencia;*
- Requisitos que no sean necesarios;*
- Condiciones discriminatorias y/o abusivas;*

- *Condiciones de comprar, adquirir, vender o proporcionar otro bien o servicio adicional o diferente a los espacios publicitarios solicitados;*
- *Condiciones de no adquirir, vender, comercializar o proporcionar los servicios proporcionados o comercializados por un tercero, y*
- *Condiciones para negar injustificadamente el trato.*

En caso de ofrecer espacios publicitarios en forma empaquetada o agregada, la misma oferta deberá estar también disponible de forma desagregada.

El Agente Económico Preponderante deberá presentar al Instituto a más tardar al cierre de febrero del año siguiente, para cada año calendario, y conforme a los formatos que el Instituto determine, la siguiente información respecto de todas las personas que soliciten la publicidad para anunciar servicios de telecomunicaciones, incluyendo a las personas que formen parte de su grupo de interés económico o se encuentren bajo su control o influencia:

- *El nombre o denominación social del solicitante;*
- *Los servicios solicitados, contratados y los efectivamente provistos;*
- *Las tarifas y los montos efectivamente aplicados al solicitante, incluyendo descuentos, bonificaciones y devoluciones;*
- *La duración de los contratos celebrados;*
- *La cantidad de minutos o spots de publicidad adquiridos;*
- *Los horarios y el canal en los que se transmitió la publicidad contratada;*
- *Si fueron contratados en forma Individual o en forma agregada con publicidad en medios distintos a la televisión radiodifundida. En su caso, Identificar el paquete y las condiciones aplicables al contratante, y*
- *Otras condiciones y términos aplicables a cada solicitante y contratante de publicidad.*

El Instituto, de oficio o a petición de parte, podrá requerir al Agente Económico Preponderante toda la Información y documentación necesaria y en caso de Incumplimiento a lo establecido en la presente medida, ordenarle que proporcione el uso de espacios disponibles, sin perjuicio de las sanciones a que haya lugar.”

Manifestaciones de las Afiladas Independientes:

Respecto a las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas referentes a la oferta de espacios publicitarios, no se presentaron manifestaciones por parte de las Afiladas Independientes.

GTV-Televisa expuso lo siguiente en sus manifestaciones:

a) La adición a las obligaciones a las Medidas de Publicidad es injustificada y excede las facultades expresamente establecidas para ese Instituto en el Artículo 266 de la LFTR

Ese Instituto pretende sin justificación adicionar obligaciones a las Medidas de Publicidad tal y como se acreditará en las siguientes secciones:

A. Falta de justificación en los Oficios e informes:

En primer orden, ese Instituto carece de elementos que justifiquen el adicionar (haciéndose pasar por modificación) las Medidas de Publicidad, toda vez que en los Oficios, en los Informes Conductuales y en los resultados de la supervisión y verificación trimestral y sistemática realizada por ese Instituto al AEPR, reportan que mis representadas (i) ofrecieron espacios publicitarios en todas las plataformas tecnológicas (no obstante al caso en concreto resulta aplicable únicamente para STR), de forma empaquetada y desagregada (ii) no tuvieron ninguna queja o denuncia con motivo de las Medidas de Preponderancia en el rubro de publicidad; (iii) se estableció que ese Instituto fue capaz de supervisar y verificar su cumplimiento, concluyendo que no tenía comentarios al respecto constatando inclusive que cualquier modificación a los términos y condiciones del plan comercial de mis representadas (más de 488 modificaciones en el periodo revisado) fueron debidamente notificados a ese Instituto y su sitio de internet se encontraba disponible para su consulta.

Adicionalmente, los Oficios no cuentan con elementos para evaluar si las Medidas de Publicidad tienen un impacto nulo respecto del propósito de restringir la provisión de espacios publicitarios o de no promover la libre competencia, lejos de eso y con base a lo establecido en el numeral anterior, se evidencia que el AEPR ha cumplido todas sus obligaciones impuestas, no ha habido denuncias o desacuerdos por la provisión del servicio de publicidad y no han existido incidencias al respecto.

Ahora bien, respecto al mercado de publicidad, ese Instituto no tomó en consideración sus circunstancias actuales, manifestando únicamente en los Oficios que existe una disminución publicitaria en el STR entre el 2016 y 2020 (página 16 de los Oficios) y una disminución de la participación de la inversión publicitaria del STR y otros medios que denomina “tradicionales” (sin proveer justificación para tildarlo de esa forma), representando el 28.4% en 2020 (disminución de más de 6 puntos porcentuales), mientras que los medios digitales incrementaron la suya en 27 puntos, sin embargo, la realidad del

mercado de publicidad es más amplio y se encuentra sujeto a muchas presiones competitivas que rebasan a la STR, como son las siguientes: (sic).

En adición a lo anterior, se sostiene la complejidad y dinamismo del funcionamiento del mercado de la publicidad, con la exposición de motivos de la Ley para la Transparencia, Prevención y Combate de Prácticas Indevidas en Materia de Contratación de Publicidad ("Ley de Transparencia"), la cual fue publicada el 1° de septiembre de 2021, en el Diario Oficial de la Federación tan es así, que en el año 2021, en la cual se motiva su creación por una falta de transparencia en el mercado de la publicidad, ya que reconoce la existencia de conflictos de interés por parte de las agencias al tener un incentivo para seleccionar (o sugerir la selección) del medio que le otorga la mayor remuneración, aun cuando pueda no corresponder al mejor interés del anunciante que lo contrató.

En efecto, en la exposición de motivos se reconoce que dichas prácticas distorsionan el funcionamiento del mercado de la publicidad, en consecuencia, se incurren en prácticas comerciales que constituyen una ventaja indebida a favor de ciertos medios de comunicación, nulificando los demás elementos, como la audiencia, contenidos, cobertura, etc.

El mismo documento, de igual forma, sostiene que el sector de la publicidad vive una situación de cambio estructural a consecuencia de una mayor interrelación entre la tecnología y los medios de comunicación (medios digitales).

Cabe señalar que la referida legislación fue nulificada mediante sentencia emitida por el Tribunal Pleno de la SCJN en la Acción de Inconstitucionalidad 95/2021 y su acumulada 105/2021, la cual se dio por una cuestión formal del proceso legislativo.

En ese sentido, cobra relevancia que a la fecha no existe una regulación que pueda controlar las circunstancias por las cuales se creó la Ley de Transparencia, por lo que prevalece la distorsión en el mercado de publicidad que se pretendió rectificar.

Es pues, que ese Instituto pretende sustentar en meros señalamientos y evidencias de sólo una porción del mercado de publicidad que analizaron hace casi 10 años lo que ellos suponen es lo que se debe adicionar en las Medidas de Publicidad, más aún, dentro de los Oficios hacen suyas opiniones realizadas por terceros en los procesos de consultas públicas sin fundamento o justificación, sin considerar el rigor metodológico, los hechos tácticos (entre ellos el nivel de cumplimiento de mis representadas, el cual ha sido total) y las mejores prácticas para su evaluación.

La sobre-regulación en materia de publicidad que se propone, contraviene el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado de publicidad, al no observar la competencia efectiva que existe en este mercado y el crecimiento abismal de los medios digitales, entre ellos el *streaming*.

El Análisis en Materia de Competencia, se limita a referir lisa y llanamente que existen riesgos en materia de competencia económica asociados con la integración vertical de GTV-Televisa y su participación en varias actividades económicas, cuenta con incentivos para aprovechar su posicionamiento en el sector de la radiodifusión para distorsionar el proceso de competencia y libre concurrencia en los otros mercados que participa.

Al respecto, no se omite mencionar que cuando se hizo el Análisis en Materia de Competencia, fue anterior a la resolución de la concentración UCE/CNC-004-2021, el cual implicó un cambio muy relevante en la estructura del AEPR, tan es así que la realidad (sic) de GTV cambió al grado que su participación actual es menor al 50%.

El Instituto pretende imponer regulación asimétrica exhaustiva en materia de publicidad en el mercado de radiodifusión, ignorando la desaceleración de la venta de dicho insumo en la televisión abierta, y en consecuencia directa en la inversión de contenidos.

La motivación principal del Análisis en Materia de Competencia se enfoca a la inversión realizada en materia de radiodifusión, y si bien reconoce el crecimiento de la publicidad en los medios digitales, éste no lo toma en cuenta para determinar la propuesta de Medida, y sin motivo cierto pretende endurecer la regulación al AEPR. Por ejemplo, no atiende al espacio infinito con el que cuentan los medios digitales, y el espacio finito de los espacios en radiodifusión.

Se realiza el énfasis correspondiente, que el sector regulado es la radiodifusión, siendo la publicidad una medida reconocida por el artículo 266 de la LFTR, sin embargo, las Medidas adicionales propuestas, impactan directamente en el mercado de publicidad, sin atender específicamente a las circunstancias de dicho mercado, y la efectiva competencia que existe en éste y, por el contrario, desincentiva la publicidad en la radiodifusión.

Sobre el particular, tal como se acredita con el análisis del doctor **Nombre de persona física**, que se ofrece como prueba en este escrito, de lo expuesto en los Oficios se desprende que de la modificación de las medidas, IFT busca, reducir el “fuerte posicionamiento en la comercialización de espacios publicitarios en las distintas plataformas que opera el AEPR” al transparentar la determinación de las tarifas públicas con la obligación al AEPR de publicar y notificar al propio IFT “los criterios aplicables, de las variables consideradas y la ponderación empleada para su cálculo, las cuales deben ser cuantitativas y medibles”, y con ello reducir las asimetrías de información entre los agentes que participan la comercialización de espacios publicitarios, tal como se establece en el Oficio.

Sin embargo, en su análisis, el doctor **Nombre de persona física** concluye que las modificaciones a las medidas no se justifican ya que el AEPR no mantiene ni mantendrá un “fuerte posicionamiento” en la comercialización de espacios publicitarios.

Dentro de sus razonamientos principales se encuentran que, con el avance de las telecomunicaciones y la tecnología las estrategias de publicidad han estado haciendo un

uso creciente de los medios digitales en detrimento de los tradicionales. Esto les ha permitido a los anunciantes reducir costos, aumentar la cobertura, segmentar de mejor manera las audiencias, y llegar a ellas más rápido y en tiempo real. Además, con ello se ha generado una gran competencia entre los medios publicitarios para la transmisión de la publicidad. El cambio tan drástico en las estrategias de sustitución de medios de publicidad no responde a una simple tendencia incremental, sino a razones de transformación profunda del panorama de los medios a nivel global. La caída en términos absolutos de la Inversión en publicidad del STR, así como su menor participación en el total, obedece al dinamismo de aquella en medios digitales. Esta última aumentó 138.4 por ciento en el periodo 2017-2022 para alcanzar 60.8 miles de millones de pesos. Esto se traduce en un Incremento de su participación en el total de 27.4 por ciento a 56.7 por ciento en ese periodo; para 2023 se espera que la publicidad en medios digitales se incremente en un 9.3 por ciento y que su participación en el total alcance 58.2 por ciento del total. En estos años la publicidad digital rebasó al STR como el medio de publicidad más usado.

De acuerdo con algunas proyecciones, la inversión publicitaria en medios digitales en México continuará creciendo para llegar a 63 por ciento en 2027. Todo lo anterior deja en evidencia la disminución de la importancia del STR en la comercialización de espacios de publicidad y la fuerte y creciente competencia que enfrenta de otros medios.

Por otra parte, el doctor Nombre de persona física señala que desde el punto de vista de competencia económica, los diferentes medios de publicidad ya sean tradicionales o digitales, son complementarios. Esta complementariedad entre productos (los distintos medios de publicidad) es congruente con las llamadas *economies of scope* o economías de gama o enfoque. En este caso las economías de enfoque se refieren a la eficiencia de la inversión en publicidad asociada al uso de más de un medio para llegar a las audiencias. Es en este sentido que los diversos medios son complementarios entre sí, en cantidad.

El razonamiento anterior es relevante dado que el AEPR participa en la venta de espacios publicitarios junto con muchos otros agentes. El AEPR no sólo participa en el STR, sino en el STAR y medios digitales. Las medidas de preponderancia relacionadas con la comercialización de publicidad tienen el objetivo de que no se afecte a las condiciones de competencia y libre concurrencia en el sector de radiodifusión o se favorezca indebidamente a empresas que lo integran en perjuicio de terceros. De hecho, la sola participación de diversos agentes económicos en la comercialización de publicidad previene que esto suceda. Como lo sostiene el IFT en un estudio, las actividades de la publicidad en medios tradicionales, incluso el STR, inciden en las condiciones de competencia de los medios digitales y viceversa. El argumento se puede llevar más allá para sostener simplemente que todos los medios de publicidad compiten entre sí por llegar a las audiencias.

En resumen, el análisis del doctor Nombre de persona física concluye que a) la participación del AEPR en el STR se está reduciendo, b) con el avance de las telecomunicaciones y la tecnología, las estrategias de publicidad han estado haciendo un uso creciente de los medios digitales en

detrimento de los tradicionales, c) la participación de la inversión en publicidad en el STR se está reduciendo, lo que es una tendencia mundial, d) los diferentes medios de publicidad son complementarios en cantidad pero fuertes sustitutos en precio, e) las actividades de la publicidad en medios tradicionales inciden en las condiciones de competencia de los medios digitales y viceversa, f) los ingresos totales de publicidad del AEPR se mantienen estables en términos nominales pero decrecientes en reales; y g) la participación del AEPR en la comercialización de espacios publicitarios es baja y muestra una tendencia decreciente, lo no le permite afectar las condiciones de competencia y libre concurrencia en radiodifusión, o afectar a terceros en telecomunicaciones y otros sectores.

Por su parte, tal como se acredita con el análisis elaborado por [Nombre de persona moral], que se ofrece como prueba en este escrito, al estudiar el comportamiento del mercado publicitario a nivel global durante el último lustro, se evidencia un marcado crecimiento en la participación de los medios digitales en el total del gasto en pauta, a expensas de los medios tradicionales.

En efecto, la categoría que agrupa las principales alternativas de pauta a través de medios digitales pasó de concentrar el [Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral]. En contraposición, medios como la televisión, prácticamente redujeron su participación de mercado a la mitad, pasando de un [Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral] a cierre de 2022.

Son varias las razones que explican esta marcada recomposición en favor de los medios digitales: (i) la penetración del Internet (móvil y fijo) ha venido incrementando aceleradamente, de acuerdo con la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), se ha alcanzado los 5.3 billones de usuarios a 2022, lo que representa aproximadamente el 66% de la población mundial, (ii) se ha observado un aumento sostenido en la cantidad de tiempo que las personas dedican a los medios digitales, (iii) los medios digitales ofrecen una interacción activa con los usuarios, permitiéndoles no solo consumir contenido, sino también involucrarse en su creación y difusión y (iv) la publicidad digital se destaca por su versatilidad y capacidad de adaptación en tiempo real, apalancándose en sofisticados algoritmos de perfilamiento (como las denominadas cookies) para maximizar el valor del contenido presentado al consumidor y, consigo, la probabilidad de alcanzar el objetivo del anunciante.

Se espera que esta recomposición del mercado publicitario en pro de los medios digitales, tanto en México como en el resto del mundo, se profundice aún más, en respuesta a una serie de innovaciones y transformaciones que atraviesa la industria: la Inteligencia Artificial (IA), el Internet de las Cosas (IoT) y la Realidad Aumentada (RA).

[Nombre de persona moral] también señala que la publicidad programática y otros canales digitales están desplazando gradualmente a la publicidad tradicional debido a una serie de factores relacionados a la efectividad, la eficiencia y la adaptabilidad de las estrategias publicitarias.

La capacidad de segmentación precisa, la medición en tiempo real, la adaptación a los cambios en los hábitos de consumo mediático, la automatización, el ahorro de tiempo y recursos, la adopción de tecnologías emergentes, y el control y la optimización son todos

aspectos que hacen que la publicidad programática se esté apoderando cada vez más del mercado publicitario a escala global.

De manera puntual, el análisis de Nombre de persona moral destaca que los nuevos medios digitales han tenido un impacto notable en los flujos de ingresos de GTV. En el caso de STR, que ha sido históricamente la fuente de ingresos más significativa para la empresa, [REDACTED]

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

[REDACTED] Esta misma tendencia se ha reflejado en los ingresos de STAR.

La influencia de los nuevos medios digitales en el *marketshare* publicitario de GTV también ha sido considerable. En 2017, la empresa mantenía una participación del 22%. Aun así, esta cifra se ha seguido reduciendo año tras año, lo que plantea interrogantes sobre la sostenibilidad del sector. La disminución en el *marketshare* publicitario de GTV se puede atribuir en gran medida a la migración de anunciantes hacia plataformas digitales y servicios de transmisión que ofrecen opciones digitales y están más orientados a audiencias jóvenes.

Por todo lo anteriormente señalado, son evidentes las consecuencias en perjuicio de mis representadas, ya que, en la realidad actual del mercado de publicidad y en general para la televisión radiodifundida, se ha perdido presencia de forma paulatina y descendente, situación que no es mera especulación o argumento retórico, si no que se trata de hechos verificables en los reportes a bolsa de los últimos años, los cuales han sido ampliamente retomados en diversos medios y piezas informativas, indicando que el valor de capitalización de Grupo Televisa, S.A.B. se ha desplomado a valores de hace 20 años, situación que es directamente atribuida por dichos medios a la caída de ingresos en publicidad, contenidos y niveles de audiencia, entre lo más relevante, como síntoma de la alta competencia en los mercados, situación que a todas luces ese Instituto no toma en consideración al intentar entender el nivel de efectividad del sector de radiodifusión.

b) Daño irreparable a mis representadas por violaciones al secreto industrial.

La posible imposición de nuevas Medidas en Publicidad es violatoria al secreto industrial de mis representadas consignado en la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial y reconocido en materia de competencia económica (el "Secreto Industrial"), toda vez que ese Instituto al pretender solicitar mayor información y prerrogativas respecto a cómo se prestan los servicios de publicidad de televisión radiodifundida, elimina la protección con la que cuentan mis representadas al pretender publicar e informar a ese Instituto diversa información comercial e industrial con la que, lejos de beneficiar a los anunciantes (los receptores directos del beneficio de las actuales Medidas de Publicidad), la pondrá a disposición de la competencia, causando un perjuicio grave no sólo a mis representadas sino a los actores del mercado en el que participa, sin tomar en consideración que también se ponen en riesgos los beneficios de la protección del Secreto Industrial como son los siguientes;

1. **Fomento de la Innovación:** El Secreto Industrial permite a mis representadas mantener en secreto sus avances tecnológicos y procesos innovadores durante un período prolongado, lo que brinda una ventaja competitiva saludable. Esta ventaja competitiva alienta a mis representadas a invertir en investigación y desarrollo, ya que saben que podrán beneficiarse de sus esfuerzos sin el riesgo inmediato de que otros copien sus avances.
2. **Competencia Leal:** Evitan que exista la competencia desleal, entendiéndose por esta como la apropiación no autorizada de secretos industriales, que puede perjudicar gravemente a mis representadas que han trabajado arduamente para desarrollar información confidencial. Es pues, que la protección del Secreto Industrial nivela el campo de juego y promueve una competencia justa en la que las empresas en el mercado compiten en función de la calidad de sus productos y servicios, en lugar de simplemente imitar a sus competidores como se pretende en la especie.
3. **Creación de Valor:** Los Secretos Industriales representan una parte significativa del valor de toda empresa y en el caso de mis representadas esto no es una excepción. Por ejemplo, la fórmula de una bebida gaseosa o la tecnología detrás de un dispositivo electrónico pueden valer miles de millones de dólares. Proteger estos secretos contribuye a la estabilidad y el crecimiento del mercado, beneficiando a los empleados, los inversionistas y la economía en su conjunto.

Protección de la Información Sensible: En el mercado de publicidad que es altamente competitivo, la protección de la información sensible es vital, ya que asegura la calidad, seguridad y eficacia de los servicios prestados. Además, las estrategias de mercado y la información financiera confidencial de mis representadas también deben protegerse para evitar la ventaja injusta que podría obtener un competidor al conocer esta información.

c) Afectaciones en materia de competencia económica

La posible imposición de nuevas Medidas en Publicidad es contradictoria con los propios principios en materia de competencia económica en relación con las restricciones de compartir información entre competidores.

Las tarifas y el mecanismo para la determinación de las tarifas de mi representada, al igual que cualquier otro competidor en el mercado es información estratégicamente sensible que de ser conocida por algún otro competidor en el mercado de publicidad, puede conllevar a la eliminación o reducción de la competencia imperante en dicho mercado.

Por lo anterior, los anunciantes se verían afectados toda vez que no habría competencia o se disminuiría la misma en la determinación de tarifas de dichos espacios. Por ende, existe un incentivo perverso de cualquier competidor en cualquier mercado de conocer las tarifas y mecanismos de determinación de tarifas del resto de sus competidores.

Sorprende que en la consulta pública, Mega Cable (competidor del AEPR en el mercado de publicidad por ser proveedor de STAR) haya sido quien destacó la importancia de conocer los descuentos, bonificaciones u otros elementos de ajuste a la tarifa base, de tal forma que se conozca la tarifa efectiva.

Así llama la atención que ese Instituto no haya velado por la competencia en el mercado de publicidad y haya tomado como fundamento para modificar la medida, la petición de un competidor del AEPR en el mercado de publicidad.

Adicionalmente, el hecho de que un competidor de los clientes-anunciantes del AEPR conozca el monto que pagan dichos clientes-anunciantes por su publicidad en STR, puede afectar la competencia en el mercado en el cual operan los clientes-anunciantes del AEPR al conocer uno de los costos que representa parte del precio de sus productos, el monto de sus inversiones en publicidad, así como su estrategia de mercado.

d) Exceso de las facultades impuestas al IFT en el Artículo 266 de la LFTR

Si bien es cierto ese IFT cuenta con facultades para imponer una serie de Medidas específicas al agente económico preponderante en radiodifusión en términos del artículo 266 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, también lo es que dichas facultades se encuentran limitadas, por un lado, a la literalidad de lo que dicho dispositivo expresamente consigna y por el otro lado, se deberá observar lo resuelto en la ejecutoria de amparo en revisión 751/2018, emitida por la Segunda Sala de la SCJN, donde se concluyó la inconstitucionalidad de ampliar las Medidas cuando no se justifica la razonabilidad de la medida adicional.

En ese sentido, las Medidas en materia de publicidad que se encuentran en el artículo 266 de la LFTR son las que se citan a continuación:

“Artículo 266. En lo que respecta al sector de radiodifusión el Instituto podrá imponer las siguientes medidas al agente económico preponderante:

[...]

“XI. No restringir el acceso a la publicidad cuando ello implique el desplazamiento de sus competidores o la afectación a la libre concurrencia;

XII. En los contratos que documenten lo dispuesto en la fracción anterior, se deberán prever términos de mercado:

XIII. Publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto la información relativa a los diversos servicios de publicidad que ofrece en el servicio de televisión radiodifundida concesionada;

XIV. Abstenerse de aplicar un trato discriminatorio respecto de los espacios publicitarios ofrecidos en el servicio de televisión radiodifundida concesionada;

[...]

(Énfasis añadido)

La anterior transcripción indica claramente las especificaciones y límites atribuidos a ese Instituto para su facultad de imposición de Medidas en materia de publicidad, mismos que por cierto en la especie son aquellos que ese Instituto utilizó en las Medidas de preponderancia vigentes (cuya efectividad no ha sido acreditada por ese Instituto), por lo que, para que el caso en que ese Instituto decida imponer diferentes o mayores Medidas en materia de publicidad, de conformidad con lo establecido por el propio artículo 266 de la LFTR, ese Instituto precisa de realizarlo en términos de señalado en el numeral 1 anterior así como por lo establecido en el inciso XXIV, observando el procedimiento que al efecto se indica, a saber:

“XXIV. Aquellas medidas específicas adicionales que el Instituto considere necesarias para prevenir posibles afectaciones a la competencia.

El Pleno del Instituto deberá emitir un dictamen en el que se establezca como mínimo:

a) La posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir, y

b) La razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación.”

(énfasis añadido)

En el caso que nos ocupa, es claro que ese Instituto pretende imponer Medidas en Publicidad adicionales, al querer establecer mayores condiciones y requisitos para mis representadas al señalar cuestiones como “definiciones de criterios aplicables, de las variables consideradas y su ponderación empleada para el cálculo las cuales deben ser cuantitativas y medibles” o imponer obligaciones específicas en la contratación de publicidad con “personas que soliciten espacios publicitarios para anunciar servicios de telecomunicaciones”.

Por lo anterior, lo procedente hubiera sido que ese Instituto proveyera en los Oficios a mi representadas un dictamen con un nivel de detalle e información suficiente para acreditar con hechos tácticos que el mercado de publicidad requiere la imposición de estas Medidas adicionales, ya que de lo contrario no es justificable que ese Instituto pretenda realizarlo, buscando regular aspectos que, sin justificación indican que no lograron los fines deseados sin explicar en qué consisten y de qué forma se corregiría tal situación.

Se insiste que la simple afirmación por parte de ese Instituto de la existencia de una afectación a la competencia económica que supuestamente se pretende corregir, sin

haberse demostrado a través de un proceso de evaluación de impacto, que dichas Medidas en materia de publicidad no funcionaron y se requiere modificarlas para solucionarlo vuelven a todas luces ilegal las propuestas de los Oficios, al no fundamentar y motivar considerando el principio de razonabilidad consignado en la Constitución.

Ello, ya que ese Instituto no evidencia o justifica de forma fehaciente la necesidad de modificar las actuales Medidas, ya que no basta con afirmar que se afecta al mercado de la publicidad y existe la restricción de espacios publicitarios, máxime que éste manifiesta que la oferta de servicios de publicidad ha estado a disposición y consulta de todos de forma permanente y no han existido denuncias, quejas o incidencias en la prestación de éstos.

Resulta indudable que en los Oficios no existe dictamen en donde no se justifica la modificación a las Medidas, porque no se demostró que las actuales Medidas no lograron los fines deseados, que las modificaciones corregirían esta situación y más aún, no se estableció la posible afectación a la competencia que se pretendía corregir, no se estudió por qué no funcionaron en el contexto nacional las Medidas actuales para establecer con un grado razonable qué ajustes mejorarían el diseño o implementación de la modificación a las Medidas y los argumentos que los fundamentan.

Además de tratarse de afirmaciones que no justifican las referidas modificaciones a las Medidas, lo expresado por ese Instituto respecto a que las Medidas en publicidad refuerzan los objetivos para facilitar la provisión de espacios publicitarios, no hace evidente que las Medidas anteriores no hubieran funcionado y que por ese motivo se deban modificar y/o adicionar, dicho en otras palabras, no se ha acreditado que las Medidas vigentes fueran insuficientes o ineficaces.

En el deber actuar de ese Instituto, a fin de evidenciar que las Medidas son razonables y proporcionales, dentro de los Oficios se debió evidenciar que las modificaciones y/o adiciones a las Medidas son adecuadas, situación que no realizó, aunado a que las modificaciones y/o adiciones propuestas no tienen justificación alguna.

e) Se están regulando plataformas adicionales que van más allá del sector de radiodifusión.

La medida Vigésima Segunda, contempla la imposición de regulación en relación con la venta de espacios publicitarios en las distintas plataformas tecnológicas del AEPR, normatividad que va más allá del sector de radiodifusión.

La introducción del concepto de las Plataformas Tecnológicas en la adición de la Medida abre múltiples vacíos regulatorios que podrían superar la competencia del IFT, en atención a lo siguiente:

De conformidad con lo establecido en el artículo 28 Constitucional, el IFT tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, para lo cual 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, así como del acceso a infraestructura activa, pasiva y otros insumos esenciales.

Asimismo, el artículo Octavo Transitorio, fracción III del Decreto Constitucional¹⁷⁶ establece las facultades del Instituto para determinar la existencia de agentes económicos preponderantes en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones e imponer las Medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia.

En ese orden de ideas, el artículo 3° de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en su fracción LIV, define a la radiodifusión como:

Radiodifusión: Propagación de ondas electromagnéticas de señales de audio o de audio y video asociado, haciendo uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencia del espectro radioeléctrico, incluidas las asociadas a recursos orbitales, atribuidas por el Instituto a tal servicio, con el que la población puede recibir de manera directa y gratuita las señales de su emisor utilizando los dispositivos idóneos para ello.

Resulta oportuno señalar que, en la Resolución de Preponderancia se establecieron diversas Medidas, con propósitos específicos, las cuales también contribuyen a la consecución de evitar afectaciones a la competencia y libre concurrencia en el sector de la radiodifusión.

Asimismo, el artículo 266 de la LFTR, **en el catálogo de Medidas impuestas al AEPR, correspondientes a publicidad, las mismas se limitan al sector de radiodifusión, tal y como se demuestra a continuación:**

*Artículo 266. **En lo que respecta al sector de radiodifusión** el Instituto podrá imponer las siguientes medidas al agente económico preponderante:*

XI. No restringir el acceso a la publicidad cuando ello implique el desplazamiento de sus competidores o la afectación a la libre concurrencia;

XII. En los contratos que documenten lo dispuesto en la fracción anterior, se deberán prever términos de mercado;

*XIII. Publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto la información **relativa a los diversos servicios de publicidad que ofrece en el servicio de televisión radiodifundida concesionada;***

¹⁷⁶ Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6°, 7°, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones.

XIV. Abstenerse de aplicar un trato discriminatorio respecto de los espacios publicitarios ofrecidos en el servicio de televisión radiodifundida concesionada:

Respecto a la Resolución de Preponderancia, ésta señaló como motivación respecto a las Medidas relacionadas con publicidad:

MEDIDAS RELACIONADAS CON LA PUBLICIDAD.

La publicidad es utilizada por los agentes económicos para promover sus bienes y servicios y mejorar su posicionamiento ante la preferencia de los usuarios. La publicidad puede ser un elemento clave en el éxito de las empresas, pues influye en la toma de decisiones de los consumidores.

El agente económico preponderante tiene un fuerte posicionamiento en el mercado de publicidad, particularmente a través de televisión radiodifundida, por lo que el acceso a su ventana puede ser muy valorado por diversos anunciantes e incluso sus propios competidores.

En esta situación, puede presentarse el caso de que el agente preponderante niegue los servicios de publicidad en perjuicio de sus competidores o de otros agentes.

Por lo anterior, resulta necesario establecer medidas que eviten que el agente económico preponderante utilice su posicionamiento en el sector de radiodifusión con propósitos anticompetitivos mediante las inserciones publicitarias en sus señales de televisión radiodifundida, y que garanticen que ofrecerá sus espacios publicitarios en condiciones no discriminatorias y que terceros puedan adquirir los espacios que consideren necesarios para ofrecer sus productos y servicios de manera exitosa.

(Énfasis añadido)

En adición a lo anterior, el Análisis en Materia de Competencia, en su página 75 reconoce que el Instituto estableció Medidas para evitar que el AEPR utilice su posicionamiento en el sector de la radiodifusión con propósitos anticompetitivos, a través de la comercialización de publicidad y garantizar que ofrecerá sus espacios publicitarios en condiciones no discriminatorias y que terceros puedan adquirir los espacios que consideren necesarios para ofrecer sus productos y servicios.

Efectivamente, el Análisis en Materia de Competencia reconoce que la Resolución de Preponderancia se establecieron las Medidas correspondientes para evitar que el AEPR emplee la posición que ostenta en el sector de la radiodifusión para favorecer indebidamente a las empresas que lo integran en perjuicio de terceros con los que compete, principalmente en la prestación del STAR.

Por lo que hace a la “evaluación del efecto de la medida”, en relación con el presente apartado, advierte de forma sucinta: (i) el STR sigue siendo el medio más utilizado para ver canales de televisión y los contenidos del STR son muy atractivos, incluso para los usuarios del STAR, (ii) la participación del AEPR fue del 60.9% en términos de audiencia, (iii) STR sigue siendo el medio tradicional al que los anunciantes destinan más recursos para la adquisición de espacios publicitarios y, (iv) el AEPR tiene la posibilidad de integrar distintas plataformas para diseñar su oferta de espacios publicitarios combinando audiencias y usuarios que alcanza a través de las plataformas en las que opera, incluyendo STR.

En relación a la recomendación respecto a lo dispuesto en el presente apartado, el Análisis en Materia de Competencia señala; *“...se mantienen los riesgos en materia de competencia económica asociados con la integración vertical de Grupo Televisa y su participación en varias actividades económicas, incluyendo el sector de telecomunicaciones, por que cuenta con incentivos para aprovechar su posicionamiento en el sector de radiodifusión para distorsionar el proceso de competencia y libre concurrencia en otros mercados donde participa.”*¹⁷⁷

Lo señalado en el citado Análisis en Materia de Competencia, resulta contradictorio, en atención que, en principio reconoce los fines de la Resolución de Preponderancia respecto de la posición que el AEPR ostenta en el sector de la radiodifusión, por lo tanto en la “evaluación” que realiza se sostiene con información meramente del sector de radiodifusión, sin embargo al concluir contempla que por la posición que el AEPR en el sector de radiodifusión distorsiona el proceso de competencia y libre concurrencia de **otros mercados en los que participa.**

Ciertamente, no se encuentra relación entre los fines de la regulación, la información que sustenta la metodología de evaluación y la recomendación realizada, es decir, el objetivo de las Medidas asimétricas impuestas al AEPR y la información utilizada para sustentar la posición del agente al referir únicamente al sector de radiodifusión no guardan relación con la recomendación al reconocer una supuesta distorsión del proceso de competencia y libre concurrencia de **otros mercados.**

Es evidente que no encuentra cabida tanto el reconocimiento realizado en la recomendación contenido en el Análisis en Materia de Competencia y la redacción de la Medida en la regulación asimétrica del AEPR, ya que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 28 constitucional, Octavo Transitorio, fracción III del Decreto Constitucional, 266 de la LFTR y demás relativos, así como sus propias determinaciones en diversos actos administrativos, las Medidas impuestas se limitan a la publicidad que se ofrece únicamente en el servicio de televisión radiodifundida concesionada.

Así es, la recomendación realizada por el Análisis en Materia de Competencia no encuentra relación con la finalidad de las Medidas impuestas al AEPR, ya que supone una distorsión

¹⁷⁷ Análisis en Materia de Competencia, p. 83

del proceso de competencia y libre concurrencia de otros mercados ajenos a la radiodifusión.

Por lo anteriormente expuesto, la imposición de regular plataformas distintas a la radiodifusión excede las facultades del Instituto para imponer regulación asimétrica en materia de radiodifusión al agente económico preponderante, aunado que la motivación utilizada no guarda relación con el objetivo de la regulación y la información utilizada para su evaluación.

En resumen, de mantener la redacción planteada por ese Instituto, significaría que tácitamente estaría ampliando el alcance de la Resolución de Preponderancia a otros sectores ajenos a radiodifusión.

Este Instituto sin fundamento legal alguno, pretende asumir competencia respecto a agentes económicos que participan en Plataformas Tecnológicas o sectores distintos a la radiodifusión, cuando del texto constitucional, es evidente que su competencia se limita exclusivamente a regular el sector de radiodifusión en el caso de la Resolución de Preponderancia.

En ese sentido, si partimos de la premisa constitucional de que la determinación de un agente económico preponderante se debe de hacer exclusivamente a la luz de un sector, como en el caso lo es el sector de radiodifusión, resultará entonces evidente que si las Medidas impuestas al amparo de la Resolución de Preponderancia abarcan otros sectores, no sólo se estaría dejando de observar la Constitución, sino que se estaría actuando de forma absolutamente contraria a lo que ésta establece, excediendo sus facultades otorgadas en términos del Decreto de manera por demás arbitraria.

Concluyendo, la redacción de la Medida en los términos propuestos excede la facultad del Instituto para la imposición de las Medidas correspondientes, contraviniendo lo dispuesto por el artículo 28 constitucional, Octavo Transitorio, fracción III del Decreto Constitucional, 266 de la LFTR y demás relativos, así como sus propias determinaciones en diversos actos administrativos. Por lo que, se solicita a ese Instituto se mantenga la redacción de la Medida Vigésimo Segunda vigente, sin la adición propuesta.

Pruebas ofrecidas por GTV-Televisa

Para sustentar sus manifestaciones GTV-Televisa presentó las siguientes pruebas:

Documental privada: consistente en el “Análisis económico del Doctor en Economía [REDACTED] [REDACTED] Nombre de persona física [REDACTED]”, señalada por los oferentes como “**Anexo 1**” en el Escrito de Manifestaciones de GTV-Televisa.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona:
Con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del

AEPR propuestas en los Oficios, (XI) Medidas relacionadas con publicidad, y con la **Medida Vigésima Primera del Oficio de Inicio**.

Objeto de la prueba: acreditar desde una perspectiva económica como no se justifican los cambios a la Medida Vigésima Primera del AEPR en virtud de que éste no mantiene ni mantendrá un fuerte posicionamiento en la comercialización de espacios publicitarios en STR.

Documental privada consistente en el “Análisis económico y técnico del mercado de publicidad de [Nombre de persona moral] señalada por los oferentes como **Anexo 2**” en el Escrito de Manifestaciones de GTV-Televisa.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona: Con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, y las (XI) **Medidas relacionadas con publicidad**.

Objeto de la prueba: acreditar desde una perspectiva económica y técnica las implicaciones que la modificación a las medidas en materia de Publicidad, podrían generar sobre la dinámica de la industria y el bienestar social al generar un deterioro irreversible en las condiciones de competencia del mercado en que opera el AEPR, reduciendo consigo el bienestar de los mexicanos.

Documental (sic) consistente en la sentencia dictada en la Acción de Inconstitucionalidad 95/2021 y su acumulada 105/2021, de fecha 16 de noviembre de 2021 emitida por el Pleno de la SCJN, la cual es consultable en el siguiente vínculo:

<https://www2.scjn.gob.mx/ConsultaTematica/PaginasPub/DetallePub.aspx?AsuntoID=284621>

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona: La presente probanza se relaciona con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, (XI) **Medidas relacionadas con publicidad**.

Objeto de la prueba: acreditar que quedó anulada la Ley para la Transparencia, Prevención y Combate de Prácticas Indevidas en Materia de Contratación de Publicidad.

Pericial en Economía consistente en el dictamen rendido por [Nombre de persona física], perito en economía, designado por GTV-Televisa en el Escrito de Manifestaciones.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona: Con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (A) Cuestiones procesales y formales, apartado en el que se abordarán los siguientes temas:

(V) Indebida motivación de los Oficios por lo que hace a las consideraciones en torno al sector de radiodifusión que fundamentan la razonabilidad de modificar las Medidas; y (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios: (IX) **Medida relacionada con la oferta de canales de programación** y (XI) **Medidas relacionadas con publicidad**.

Objeto de la prueba: **acreditar que con base en un peritaje económico, (i) las condiciones de mercado que se determinaron en su momento al AEPR han cambiado y que, en las condiciones actuales, dicha condición debería ser reevaluada, (ii) hay un alto incremento en la oferta de contenidos audiovisuales vía streaming, (iii) la modificación de la medida Décima Novena propuesta por ese Instituto en relación con la desagregación por localidades carece de sustento económico y es indebida, (iv) la modificación de las Vigésima Primera y Vigésima Segunda propuestas por ese Instituto en relación con la publicidad no tienen sustento económico y son indebidas.**

Pericial en Publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines consistente en el dictamen rendido por **Nombre de persona física** perito en Publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines, designado por GTV-Televisa en el Escrito de Manifestaciones.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona: Con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, (XI) **Medidas relacionadas con publicidad**.

Objeto de la prueba: acreditar desde una perspectiva técnica y de mercado las implicaciones que la modificación a las medidas en materia de Publicidad, podrían generar sobre la dinámica de la industria y el bienestar social al generar un deterioro irreversible en las condiciones de competencia del mercado en que opera el AEPR, reduciendo consigo el bienestar de los mexicanos.

Consideraciones del Instituto

Análisis en Materia de Competencia:

En la Resolución de Preponderancia se menciona que la publicidad puede ser un elemento clave en el éxito de las empresas, pues influye en la toma de decisiones de los consumidores y, el AEPR, al tener un fuerte posicionamiento en el mercado de publicidad, particularmente a través del STR, el acceso a su medio puede ser muy valorado por diversos anunciantes e incluso sus propios competidores, sin embargo, al estar integrado verticalmente y participar en varias actividades económicas, se advierten incentivos para otorgar sus espacios publicitarios en condiciones que i) favorezcan las actividades económicas de sus empresas y ii) afecten las posibilidades de competir de terceros que

participan en actividades económicas en las que también participa. Particularmente el AEPR participa en diversas empresas que prestan servicios de telecomunicaciones, por lo que tiene incentivos para aprovechar su posicionamiento en el sector de la radiodifusión para distorsionar el proceso de competencia y libre concurrencia en mercados donde también compite, como por ejemplo el STAR.

Al respecto, las Medidas de Publicidad tienen como objetivo:

- Transparentar las operaciones de publicidad del AEPR frente a todos los anunciantes, con la finalidad de evitar fallos derivados de la falta de información.
- Evitar que se afecten las condiciones de competencia y la libre concurrencia en el sector de radiodifusión, incluyendo evitar que el AEPR utilice la venta de publicidad como instrumento para restringir la entrada y crecimiento de agentes en otros sectores, ofrezca sus espacios publicitarios de forma condicionada o discriminatoria, o realice negativas de trato; y emplee la posición de preponderancia en este sector para favorecer indebidamente a las empresas que lo integran en perjuicio de terceros con los que compite en otras actividades económicas, principalmente en la prestación del STAR.

En cuanto a la implementación de las Medidas, se identifica lo siguiente:

Grupo Televisa¹⁷⁸

A partir de la información disponible, se identifica que GTV-Televisa:

- Entre el 1T 2017 y el 4T 2021,¹⁷⁹ presentó al Instituto y publicó en su sitio de Internet información relativa a sus espacios publicitarios.
- Entre el 3T 2017 y el 4T 2020,¹⁸⁰ contó con convenios para la comercialización de espacios publicitarios en distintas plataformas: multiplataforma, STR, STAR e Internet, como se observa en la siguiente tabla. Además, el Informe Conductual de GTV-Televisa señala que, en el periodo del 19 de noviembre de 2020 al 31 de diciembre de 2021, GTV-Televisa ofreció espacios publicitarios en todas las plataformas tecnológicas.

Asimismo, entre el 1T 2017 y el 4T 2021,¹⁸¹ GTV-Televisa ofreció espacios publicitarios tanto de forma empaquetada como desagregada.

¹⁷⁸ La información de Grupo Televisa para el periodo del 1T 2017 al 4T 2021 se obtuvo de los ITC correspondientes exclusivamente para las Medidas impuestas mediante la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión, así como del IC de Grupo Televisa. En consecuencia, todas las modificaciones, supresiones o adiciones a las Medidas realizadas mediante la Resolución Bienal en Radiodifusión no se consideraron en el análisis, en virtud de que no le resultan aplicables a Grupo Televisa.

¹⁷⁹ Los ITC 1T 2020, 2T 2020 y 3T 2020 no contienen información para Grupo Televisa. El IC de Grupo Televisa no contiene información sobre la entrega de información al Instituto y sobre la publicación de la oferta de espacios publicitarios de Grupo Televisa en su sitio de Internet para el periodo del 1 de enero al 18 de noviembre de 2020.

¹⁸⁰ Los ITC 1T 2020, 2T 2020 y 3T 2020 no contienen información para Grupo Televisa. El IC de Grupo Televisa no contiene información para el periodo del 1 de enero al 18 de noviembre de 2020.

¹⁸¹ Los ITC 1T 2020, 2T 2020 y 3T 2020 no contienen información para Grupo Televisa. El IC de Grupo Televisa no contiene información para el periodo del 1 de enero al 18 de noviembre de 2020.

**Tabla 21. Convenios para la comercialización de espacios publicitarios de GTV-Televisa,
2017-2020**

Periodo	Plataforma tecnológica	Terceros	Filiales	Total
2017-3	Multiplataforma	0	0	0
	STR	3	7	10
	STAR	4	3	7
	Internet	3	2	5
2017-4	Multiplataforma	0	0	0
	STR	3	8	11
	STAR	4	2	6
	Internet	3	2	5
2018-1	Multiplataforma	3	1	4
	STR	13	2	15
	STAR	1	0	1
	Internet	0	0	0
2018-2	Multiplataforma	5	2	7
	STR	3	0	3
	STAR	1	0	1
	Internet	0	0	0
2018-3	Multiplataforma	3	3	6
	STR	2	0	2
	STAR	1	0	1
	Internet	1	0	1
2018-4	Multiplataforma	3	1	4
	STR	2	2	4
	STAR	1	0	1
	Internet	0	0	0
2019-1	Multiplataforma	3	2	5
	STR	4	0	4
	STAR	1	1	2
	Internet	0	0	0
2019-2	Multiplataforma	3	3	6
	STR	3	0	3
	STAR	0	0	0
	Internet	0	0	0
2019-3	Multiplataforma	3	3	6
	STR	3	0	3
	STAR	0	0	0
	Internet	0	0	0

Periodo	Plataforma tecnológica	Terceros	Filiales	Total
2019-4	Multiplataforma	3	3	6
	STR	3	0	3
	STAR	0	0	0
	Internet	0	0	0
2020-4	Multiplataforma	3	2	5
	STR	9	1	10
	STAR	0	0	0
	Internet	0	0	0

Fuente: Análisis en Materia de Competencia

Notas: 1) Multiplataforma se refiere a convenios que incluyen alguna combinación de 2 o 3 plataformas tecnológicas; 2) Para los periodos 1T y 2T de 2017 los ITC correspondientes no cuentan con información referente a la desagregación de los acuerdos sobre servicios de publicidad de Grupo Televisa en las distintas plataformas, únicamente se advierte que Grupo Televisa manifestó haber convenido diversos contratos publicitarios.

Afiliadas Independientes¹⁸²

De acuerdo con la información disponible, entre el 1T 2017 y el 4T 2021, la gran mayoría de las Afiliadas Independientes publicó información referente a sus espacios publicitarios en su sitio de Internet, mientras que otras señalaron no ofrecer espacios publicitarios. Destaca que Telemisión, S.A. de C.V., Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V. y Televisión de Tabasco, S.A., reportaron no ofrecer espacios publicitarios en todos los trimestres del periodo analizado.

Tabla 22. Publicación de información sobre espacios publicitarios ofrecidos por las Afiliadas Independientes, en su sitio de Internet

No.	Integrante del AEPR	4 T 2 0 2 1	3 T 2 0 2 1	2 T 2 0 2 1	1 T 2 0 2 1	4 T 2 0 2 1	3 T 2 0 2 1	2 T 2 0 2 1	1 T 2 0 2 1	4 T 2 0 2 1	3 T 2 0 2 1	2 T 2 0 2 1	1 T 2 0 2 1	4 T 2 0 2 1	3 T 2 0 2 1	2 T 2 0 2 1	1 T 2 0 2 1	4 T 2 0 2 1	3 T 2 0 2 1	2 T 2 0 2 1	1 T 2 0 2 1
1	Telemisión, S.A. de C.V.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
2	Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V. ²	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
3	Televisora de Durango, S.A. de C.V. ⁷	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P
4	Hilda Graciela Rivera Flores	S	N	S	N	N	P	S	P	P	P	P	P	P	P	P	S	N	S	S	S
5	Roberto Casimiro Gonzáles Flores	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	S	N	S	S	S
6	Ramona Esparza González	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P
7	TV Ocho, S.A. de C.V.	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P
8	Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V. / Telsusa ¹	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P
9	José Humberto y Loucille, Martínez Morales	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P

¹⁸² La información de las Afiliadas Independientes para el periodo del 1T 2017 al 4T 2020 se obtuvo de los ITC correspondientes, mientras que la información para 2021 se obtuvo del IC de las Afiliadas Independientes.

No.	Integrante del AEPR	4 T 2 0 2 1	3 T 2 2 2 1	2 T 2 2 2 1	1 T 2 0 2 0	4 T 2 2 2 0	3 T 2 2 2 0	2 T 2 2 2 0	1 T 2 2 2 0	4 T 2 2 2 0	3 T 2 2 2 0	2 T 2 2 2 0	1 T 2 2 2 0	4 T 2 2 2 0	3 T 2 2 2 0	2 T 2 2 2 0	1 T 2 2 2 0	4 T 2 2 2 0	3 T 2 2 2 0	2 T 2 2 2 0	1 T 2 2 2 0
10	Televisión de Michoacán, S.A. de C.V.	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P
11	Mario Enrique Mayans Concha	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	P	P	N	P	P
12	Televisión de la Frontera, S.A.	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	N	P	P	N	P	P
13	Pedro Luis Fitzmaurice Meneses	P	P	P	P	N	N	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	N	P	P
14	TV Diez Durango, S.A. de C.V.	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	N	P	P	N	P	P
15	Comunicación del Sureste, S.A. de C.V. ³	N O	N O	N O	N O	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	N	N	P	P
16	Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V. ⁴	N O	N O	N O	N O	N O	N O	N O	P	P	P	P	P	P	P	P	P	N	N	P	P
17	Televisión de Tabasco, S.A.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
18	TV de Culiacán, S.A. de C.V. ⁵	N O	N O	N O	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P
19	Televisión del Pacífico, S.A. de C.V. ⁶	N O	N O	N O	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P	P
20	Televisora XHBO, S.A. de C.V.	P	S N	S N	S N	P	P	S N	P	P	P	P	P	P	P	P	P	S N	P	N P	N P
21	Televisora Potosina, S.A. de C.V.	S	S	S	S	N	P	N	S	N	P	N	S	N	P	N	P	S	S	S	S
22	José de Jesús Partida Villanueva	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
23	Televisión La Paz, S.A.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N

Fuente: Análisis en Materia de Competencia.

Notas:

N: No ofrecieron espacios publicitarios.

P: La información referente a sus espacios publicitarios se encontraba publicada en su sitio Internet.

NP: La información referente a sus espacios publicitarios no se encontraba publicada en su sitio Internet, no tenían habilitado su sitio de Internet.

SN: Sin información.

NA: No Aplica, dado que el Concesionario no cuenta con título de concesión vigente o cedió los derechos y obligaciones de su concesión.

NO: No está obligado, en virtud de que dejó de formar parte del AEPR.

¹ Telsusa es causahabiente de Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V., al ser cesionaria de la estación XHBG-TDT en Uruapan, Michoacán, por lo que, a partir del 3T 2020, Telsusa debe cumplir con las obligaciones de la concesión objeto de la cesión que establezcan las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas aplicables (incluyendo la regulación asimétrica).

² El 15 de diciembre de 2021, Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/151221/745.

³ El 25 de noviembre de 2020, Comunicación del Sureste, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/251120/483. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 9 de diciembre de 2020.

⁴ El 04 de marzo de 2020, Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/040320/77. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 17 de marzo de 2020.

⁵ El 17 de febrero de 2021, TV de Culiacán, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/170221/93. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 25 de febrero de 2021.

⁶ El 10 de marzo de 2021, Televisión del Pacífico, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/100321/100. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 23 de marzo de 2021.

⁷ El 17 de noviembre de 2021, Televisora de Durango, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/171121/607. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 30 de noviembre de 2021.

En cuanto a la comercialización de espacios publicitarios para anunciar servicios de telecomunicaciones, entre el 1T 2017 y el 4T 2021, solo 8 (ocho) Afiliadas Independientes

prestaron espacios publicitarios para tal efecto en 1 (uno) o más trimestres, como se observa en la tabla siguiente.

Tabla 23. Espacios publicitarios ofrecidos por las Afiliadas Independientes para anunciar servicios de telecomunicaciones

No.	Integrante del AEPR	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
		T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		1	1	1	1	0	0	0	0	9	9	9	9	8	8	8	8	7	7	7	7
1	Televisión, S.A. de C.V.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
2	Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V. ²	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
3	Televisora de Durango, S.A. de C.V. ⁷	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	S	S	N	N
4	Hilda Graciela Rivera Flores	S	S	S	S	S	S	S	S	N	N	N	S	S	N	N	S	S	S	N	N
5	Roberto Casimiro Gonzáles Flores	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	S	S	N	N	S	S	S	N	N
6	Ramona Esparza González	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	S	S	N	N
7	TV Ocho, S.A. de C.V.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	S	S	N	N
8	Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V. / Telsusa ¹	T	T	T	T	T	T	T	T	N	N	N	N	N	N	N	N	S	S	N	N
9	José Humberto y Loucille, Martínez Morales	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	S	T	N	N
10	Televisión de Michoacán, S.A. de C.V.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	S	T	N	N
11	Mario Enrique Mayans Concha	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	S	N	N	N
12	Televisión de la Frontera, S.A.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	S	N	N	N
13	Pedro Luis Fitzmaurice Meneses	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	S	N	N	N
14	TV Diez Durango, S.A. de C.V.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	S	N	N	N
15	Comunicación del Sureste, S.A. de C.V. ³	N	N	N	N	T	T	T	T	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
16	Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V. ⁴	N	N	N	N	N	N	N	T	T	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
17	Televisión de Tabasco, S.A.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
18	TV de Culiacán, S.A. de C.V. ⁵	N	N	N	T	T	T	T	T	T	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
19	Televisión del Pacífico, S.A. de C.V. ⁶	N	N	N	T	T	T	T	T	T	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
20	Televisora XHBO, S.A. de C.V.	N	S	S	S	S	S	S	S	N	N	N	N	N	N	N	N	S	S	N	N
21	Televisora Potosina, S.A. de C.V.	S	S	S	S	S	S	S	S	N	S	N	N	N	N	N	S	S	S	N	N
22	José de Jesús Partida Villanueva	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N

No.	Integrante del AEPR	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1
		T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		1	1	1	1	0	0	0	0	9	9	9	9	8	8	8	8	7	7	7	7
23	Televisión La Paz, S.A.	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
		A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A

Fuente: Análisis en Materia de Competencia.

Notas:

N: No ofrecieron espacios publicitarios.

NT: No prestaron espacios publicitarios para anunciar servicios de telecomunicaciones.

T: Prestaron espacios publicitarios para anunciar servicios de telecomunicaciones.

SN: Sin información sobre el concesionario o sobre la oferta de espacios publicitarios para anunciar servicios de telecomunicaciones.

NA: No Aplica, dado que el Concesionario no cuenta con título de concesión vigente o cedió los derechos y obligaciones de su concesión.

NO: No está obligado, al haber dejado de formar parte del AEPR.

¹ Telsusa es causahabiente de Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V., al ser cesionaria de la estación XHBG-TDT en Uruapan, Michoacán, por lo que, a partir del 3T 2020, Telsusa debe cumplir con las obligaciones de la concesión objeto de la cesión que establezcan las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas aplicables (incluyendo la regulación asimétrica).

² El 15 de diciembre de 2021, Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/151221/745.

³ El 25 de noviembre de 2020, Comunicación del Sureste, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/251120/483. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 9 de diciembre de 2020.

⁴ El 04 de marzo de 2020, Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/040320/77. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 17 de marzo de 2020.

⁵ El 17 de febrero de 2021, TV de Culiacán, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/170221/93. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 25 de febrero de 2021.

⁶ El 10 de marzo de 2021, Televisión del Pacífico, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/100321/100. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 23 de marzo de 2021.

⁷ El 17 de noviembre de 2021, Televisora de Durango, S.A. de C.V. dejó de formar parte el AEPR. Resolución P/IFT/171121/607. De acuerdo con el IC de las Afiliadas Independientes, se contempla el desempeño de su conducta hasta el 30 de noviembre de 2021.

La aplicación de la metodología propuesta para evaluar el impacto de las Medidas permite concluir que:

- De la información disponible se advierte que el STR sigue siendo el medio más utilizado para ver canales de televisión y los contenidos del STR son muy atractivos, incluso para los usuarios del STAR.

Si bien la proporción del gasto en publicidad que se destina al STR ha disminuido ante el incremento de la publicidad destinada a medios digitales, el STR sigue siendo el medio tradicional al que los anunciantes destinan más recursos para la adquisición de espacios publicitarios, por lo que se advierte necesario dotar de mayor transparencia a los anunciantes sobre las tarifas finales.

Informe conductual

Grupo Televisa

El propósito de las obligaciones relacionadas con publicidad es permitir a los solicitantes de espacios publicitarios en distintas Plataformas Tecnológicas, tener certeza respecto a las condiciones bajo las cuales se rigen las relaciones comerciales en esta materia; y con ello, evitar que se afecten las condiciones de competencia y la libre concurrencia.

Las condiciones establecidas al AEPR, respecto a la comercialización de espacios publicitarios a terceros, buscan impedir que se utilice la venta de publicidad como instrumento para restringir la entrada y crecimiento de otros agentes económicos en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones y que éste ofrezca sus espacios publicitarios de forma condicionada o discriminatoria o ejecute negativas de trato.

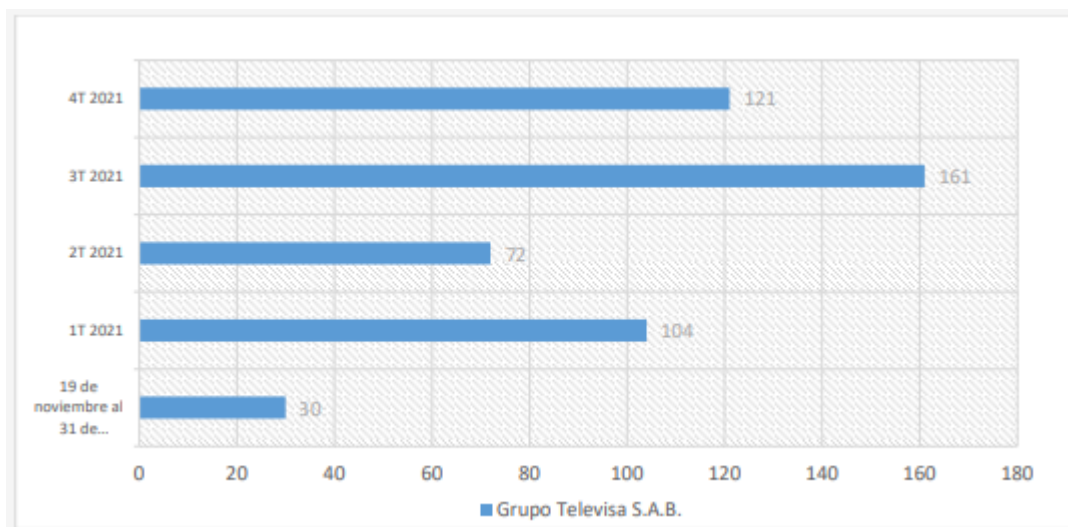
a) oferta de publicidad

- Ofreció espacios publicitarios en todas las plataformas tecnológicas, de forma empaquetada y desagregada.

b) entrega de modificaciones a la oferta de espacios publicitarios

Para el periodo en revisión, GTV-Televisa modificó sus términos y condiciones de la oferta de espacios publicitarios en el Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada, mismas que, fueron entregadas y registradas ante el RPC.

Cuadro 8. Modificaciones a la oferta de espacios publicitarios



c) publicación de oferta de espacios publicitarios

- Manifestó el sitio de internet en el que se encontraba publicada la oferta de espacios publicitarios.
- Se constató, mediante supervisión remota¹⁸³, que el sitio de internet manifestado estuviera disponible para su consulta.

¹⁸³ Correspondiente 4T 2020.

Afiliadas Independientes

El propósito de las obligaciones relacionadas con publicidad, es permitir a los solicitantes de espacios publicitarios en distintas Plataformas Tecnológicas, tener certeza respecto a las condiciones bajo las cuales se rigen las relaciones comerciales en esta materia; y con ello, evitar que se afecten las condiciones de competencia y la libre concurrencia.

Las condiciones establecidas al AEPR, respecto a la comercialización de espacios publicitarios a terceros, buscan impedir que se utilice la venta de publicidad como instrumento para restringir la entrada y crecimiento de otros agentes económicos en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones y que éste ofrezca sus espacios publicitarios de forma condicionada o discriminatoria o ejecute negativas de trato.

a) oferta de publicidad

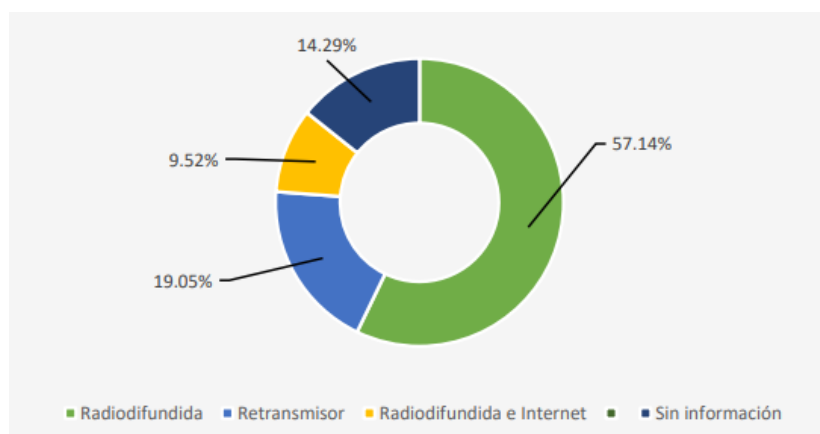
Las Afiliadas Independientes ofrecen espacios publicitarios en sus distintas plataformas tecnológicas, conforme a lo siguiente:

- Televisora de Durango, S.A. de C.V., Roberto Casimiro González Treviño, Ramona Esparza González, TV Ocho, S.A. de C.V., Telsusa Televisión México, S.A. de C.V., José Humberto y Loucille Martínez Morales, Televisión de Michoacán, S.A. de C.V., Televisión de la Frontera, S.A. de C.V., TV Diez Durango, S.A. de C.V., Pedro Luis Fitzmaurice Meneses¹⁸⁴, Comunicación del Sureste, S.A. de C.V., Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V. y Televisora XHBO, S.A. de C.V.¹⁸⁵, ofrecieron espacios publicitarios solo en televisión radiodifundida.
- TV de Culiacán, S.A. de C.V. y Televisión del Pacífico, S.A. de C.V., además de televisión radiodifundida, ofrecieron publicidad en internet.
- Telemisión, S.A. de C.V., Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V., Mario Enrique Mayans Concha y Televisión de Tabasco, S.A. manifestaron ser retransmisores de señal, por lo tanto, no ofrecieron espacios publicitarios. integrantes ofrecieron espacios publicitarios solo en televisión radiodifundida.
- Televisora XHBO, S.A. de C.V., Hilda Graciela Rivera Flores y Televisora Potosina, S.A. de C.V., no proporcionaron información para el periodo en revisión, por lo que continúan las actividades de supervisión y verificación.

¹⁸⁴ Ofreció espacios publicitarios en televisión radiodifundida hasta el 21 de febrero de 2020 por daños en la antena del equipo transmisor.

¹⁸⁵ Información correspondiente al 4T 2021.

Cuadro 9. Oferta de publicidad



b) entrega de modificaciones a la oferta de espacios publicitarios

- 4 integrantes modificaron sus términos y condiciones de la oferta de espacios publicitarios, mismas que fueron entregadas para su inscripción ante el RPC del Instituto.
- 15 integrantes no modificaron su oferta de espacios publicitarios.

c) publicación de oferta de espacios publicitarios

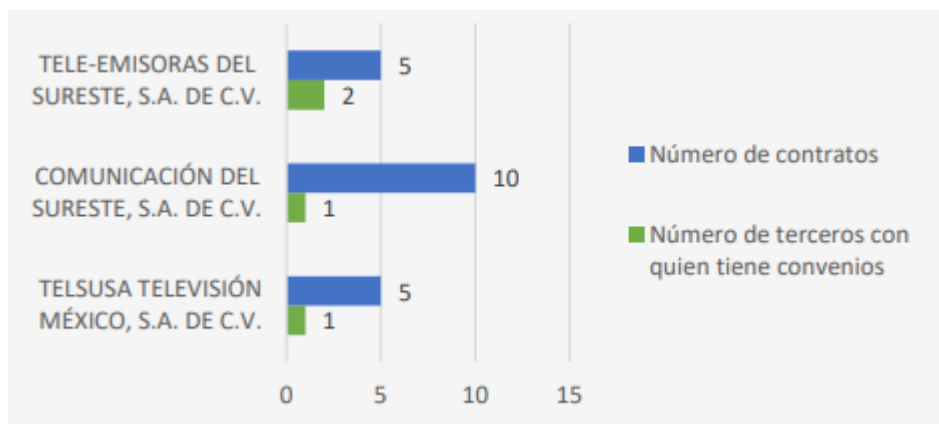
- 15 integrantes publicaron su oferta de espacios publicitarios en su sitio de internet.
- 4 integrantes son retransmisores de señal, por lo cual, no comercializaron ni publicaron una oferta de espacios publicitarios en su sitio de internet.

d) publicidad para anunciar servicios de telecomunicaciones

- Telsusa Televisión México, S.A. de C.V., Comunicación del Sureste, S.A. de C.V. y Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V., prestaron espacios publicitarios para anunciar servicios de telecomunicaciones en televisión radiodifundida a terceros y suscribieron convenios publicitarios con un tercero.¹⁸⁶

¹⁸⁶ Las 3 Afiliadas Independientes suscribieron un convenio con Integración 21, S.A. de C.V. representante de la marca HughesNet, adicionalmente Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V. suscribió un convenio con Reyes Arguez Alva.

Cuadro 10. Publicidad para anunciar servicios de telecomunicaciones



- TV de Culiacán, S.A. de C.V., Televisora de Durango, S.A. de C.V. y Televisión del Pacífico, S.A. de C.V., prestaron espacios publicitarios para anunciar servicios de telecomunicaciones en televisión radiodifundida a terceros y cuentan con un convenio publicitario de forma verbal con terceros¹⁸⁷.
- Telemisión, S.A. de C.V., Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V., Roberto Casimiro González Treviño, Ramona Esparza Gonzalez, TV Ocho, S.A. de C.V., José Humberto y Loucille Martínez Morales, Televisión de Michoacán, S.A. de C.V., Mario Enrique Mayans Concha, Televisión de la Frontera, S.A. de C.V., Pedro Luis Fitzmaurice Meneses, Televisión de Tabasco, S.A., TV Diez Durango, S.A. de C.V. y Televisora XHBO, S.A. de C.V.¹⁸⁸, no prestaron, suscribieron, ni tuvieron vigentes convenios publicitarios para anunciar servicios de telecomunicaciones en ninguna de las plataformas tecnológicas.
- Televisora XHBO, S.A. de C.V.¹⁸⁹, Hilda Graciela Rivera Flores y Televisora Potosina, S.A. de C.V., no proporcionaron información para el periodo en revisión, por lo que continúan las actividades de supervisión y verificación.

Dictamen sobre las medidas específicas adicionales impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión.

Marco Jurídico. En cumplimiento a lo dispuesto por el último párrafo del artículo 266 de la LFTR, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 6º, fracción XXVII del Estatuto, el Pleno del Instituto emite el dictamen a que hace referencia el último párrafo del artículo 266 de la LFTR.

¹⁸⁷ Televisora de Durango, S.A. de C.V. con [Nombre de persona moral]; TV de Culiacán, S.A. de C.V. y Televisión del Pacífico, S.A. de C.V.

cor [Nombre de persona moral]

¹⁸⁸ Información correspondiente al 4T 2021.

¹⁸⁹ Presentó información correspondiente al 4T 2021.

a) la posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir

En el Análisis en Materia de Competencia se advirtió que el STR sigue siendo el medio más utilizado para ver canales de televisión y los contenidos del STR son muy atractivos, incluso para los usuarios del STAR. Además, los niveles de audiencia del AEPR en el STR se han mantenido en niveles altos, pues en diciembre de 2021, la participación del AEPR fue de 60.9% (sesenta punto nueve por ciento) en términos de audiencia.

Además, se precisa que, si bien la proporción del gasto en publicidad que se destina al STR ha disminuido ante el incremento de la publicidad destinada a medios digitales, el STR sigue siendo el medio tradicional al que los anunciantes destinan más recursos para la adquisición de espacios publicitarios (28.4% del total del gasto en publicidad, para 2020).

Asimismo, a través de sus subsidiarias, **Nombre de persona moral** participa en varias plataformas, incluyendo el STR, el STAR e Internet. Por lo cual, tiene la posibilidad de integrar distintas plataformas para diseñar su oferta de espacios publicitarios combinando las audiencias y usuarios que alcanza a través de las plataformas en las que opera.

En ese contexto, se considera que **Nombre de persona moral** mantendrá un fuerte posicionamiento en la comercialización de espacios publicitarios en las distintas plataformas que opera, incluyendo el STR.

En relación con la implementación de las Medidas, se identifica que GTV-Televisa: i) ha entregado información al instituto y ha publicado en su sitio de Internet información relativa a sus espacios publicitarios y ii) ha prestado servicios publicitarios de forma empaquetada y desagregada, en distintas plataformas tecnológicas. Por su parte, las Afiliadas Independientes también publicaron información referente a sus espacios publicitarios en su sitio de Internet o no ofreció espacios publicitarios, y solo se tuvo conocimiento de 8 (ocho) Afiliadas Independientes que prestaron espacios publicitarios para anunciar servicios de telecomunicaciones.

No obstante, a partir de la información publicada por GTV-Televisa, como parte de sus planes comerciales (ver como referencia el plan comercial para televisión radiodifundida¹⁹⁰) se identifica que, a pesar de que existen tarifas públicas de referencia para sus espacios publicitarios, dicho agente emplea múltiples criterios y variables para determinar las tarifas definitivas aplicables a cada anunciante. Algunas de estas variables, tales como “*Entorno del anunciante*”, “*Competencia y Mercado Publicitario*” y “*Relevancia del Programa y la Marca del Anunciante*” sugieren que GTV-Televisa cuenta con una amplia discrecionalidad para establecer sus tarifas efectivas por servicios publicitarios.

¹⁹⁰ Disponible https://televisallega.com/assets/images/carga_cms/Pol%C3%ADticas_TV_Radiodifundida.pdf

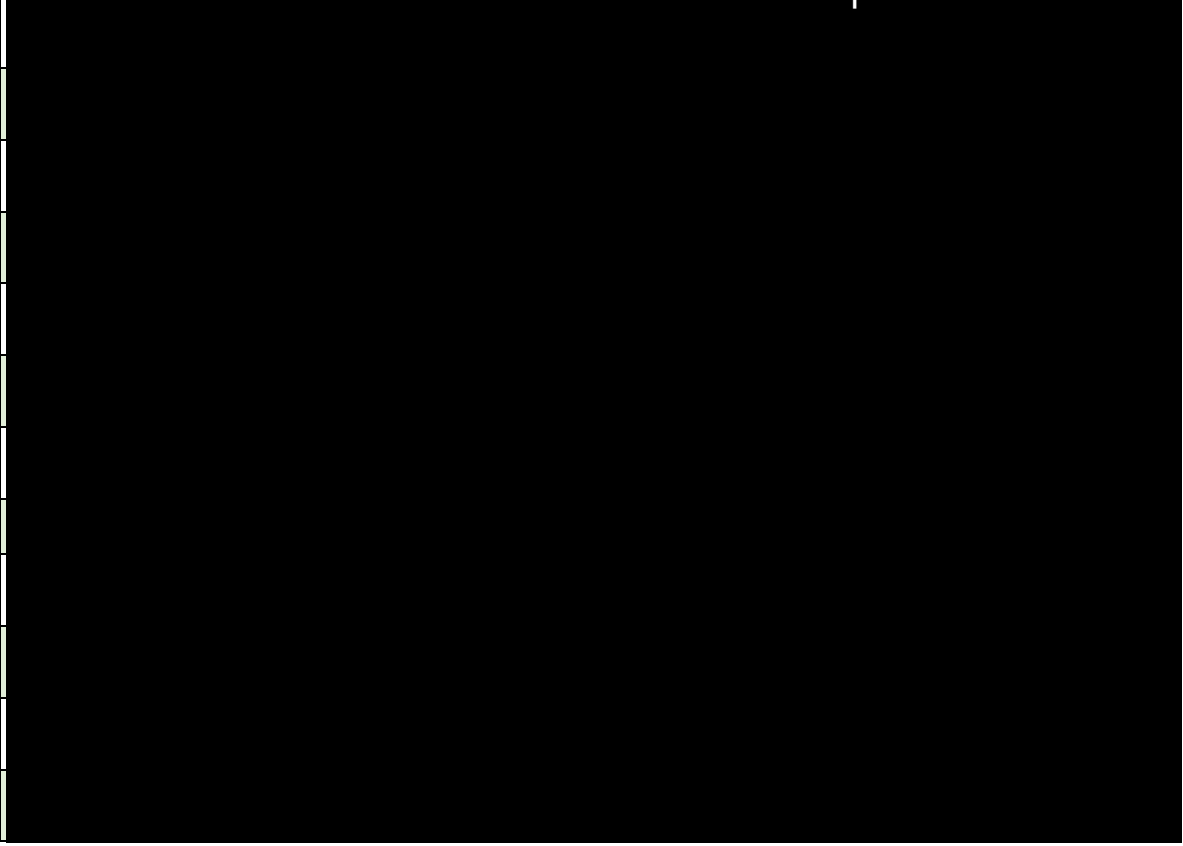
En ese sentido, en la Consulta Pública, Mega Cable destacó la importancia de conocer los descuentos, bonificaciones u otros elementos de ajuste a la tarifa base, de tal forma que se conozca la tarifa efectiva.

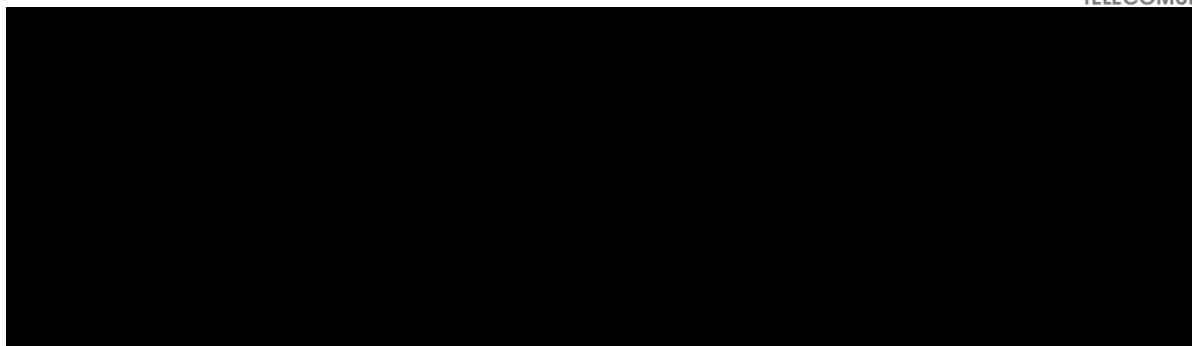
Por lo anterior, se considera que, si bien ciertos elementos de las Medidas han contribuido a dotar a los anunciantes de cierta información sobre los espacios publicitarios del AEPR, **su impacto agregado ha sido bajo en cuanto a su propósito de transparentar las operaciones de publicidad del AEPR, específicamente de Grupo Televisa.** Por lo que se advierte necesario una modificación con la finalidad de evitar fallos derivados de la falta de información. Esto, debido a la existencia de elementos discrecionales que impiden a los anunciantes conocer las tarifas que efectivamente se aplican en la comercialización de espacios publicitarios.

En seguimiento a lo anterior, para el año 2019, la Unidad de Política Regulatoria recibió diversos escritos referentes a la presentación de información de publicidad del AEPR, la cual se enlista a continuación:

Actos de carácter administrativo de persona moral

Actos de carácter administrativo de persona moral

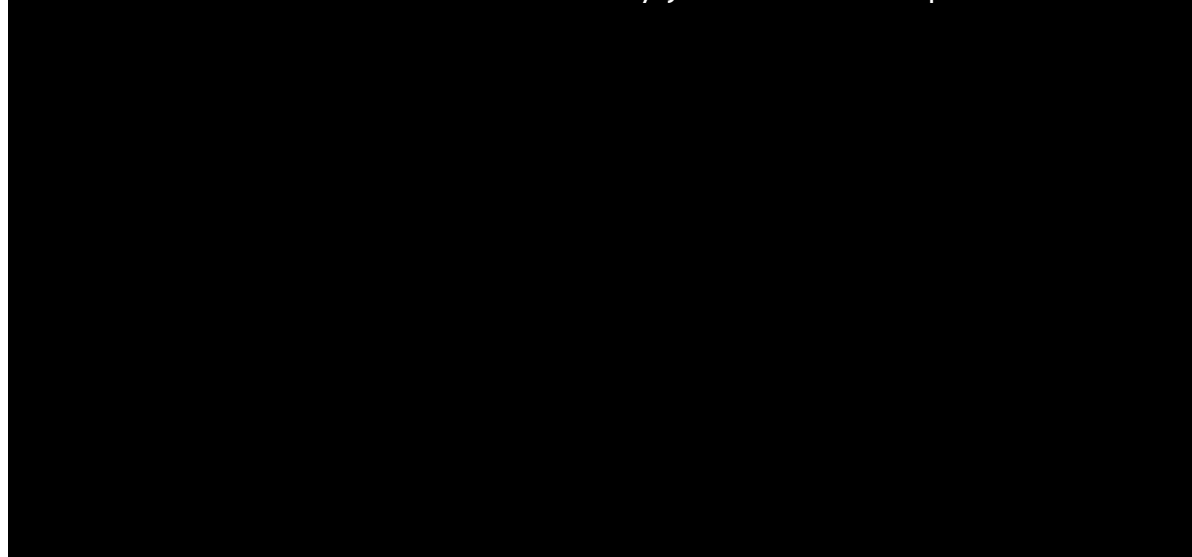




Al respecto, del análisis de los escritos se detectaron diferencias significativas entre los montos pagados por cada contratante, en función de los espacios publicitarios contratados, la cual se puede observar en la siguiente gráfica, y que, por falta de información en estos criterios, el Instituto se ha visto imposibilitado de identificar los factores que determinan esas diferencias entre las tarifas que se ofrecen a los anunciantes siendo perjudicial para la competencia.

Hechos de carácter económico y jurídico de la persona moral.

Hechos de carácter económico y jurídico de la persona moral



De acuerdo con la información anterior, las medidas vigentes no han funcionado pues su implementación no ha permitido que se alcancen sus propósitos. Por lo cual, es necesario realizar modificaciones correctivas para atender las deficiencias que se identificaron.

Al respecto, la evaluación de impacto de las medidas permite identificar que persisten las situaciones que motivaron la imposición de las medidas:

- **Nombre de persona moral** está integrado verticalmente y participa en varias actividades económicas, lo que genera incentivos para otorgar sus espacios publicitarios en condiciones que: i) favorezcan las actividades económicas de sus empresas y ii) afecten las posibilidades de competir de terceros que participan en actividades económicas en las que también participa.
- **Nombre de persona moral** participa en diversas empresas que prestan servicios de telecomunicaciones, por lo que tiene incentivos para aprovechar su posicionamiento en el sector de la radiodifusión para distorsionar el proceso de competencia y libre concurrencia en mercados donde también compite, como por ejemplo el STAR.

Asimismo, la evaluación de impacto de las medidas permite identificar que las medidas vigentes actualmente han sido insuficientes para alcanzar los objetivos que se plantearon en la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión:¹⁹¹

- Transparentar las operaciones de publicidad del AEPR frente a todos los anunciantes, con la finalidad de evitar fallos derivados de la falta de información.
- Evitar que se afecten las condiciones de competencia y la libre concurrencia en el sector de radiodifusión, incluyendo evitar que el AEPR:
 - Utilice la venta de publicidad como instrumento para restringir la entrada y crecimiento de agentes en otros sectores.
 - Ofrezca sus espacios publicitarios de forma condicionada o discriminatoria; o realice negativas de trato.
 - Emplee la posición de preponderancia que tiene en este sector para favorecer indebidamente a las empresas que lo integran en perjuicio de terceros con los que compite en otras actividades económicas, principalmente en la prestación del STAR.

Es decir, es necesario realizar modificaciones a las medidas vigentes para prevenir que Grupo Televisa perjudique el proceso de competencia en el sector de radiodifusión por medio de prácticas como la discriminación en tarifas, limitar el acceso de los servicios de publicidad a los anunciantes, condicionar la prestación del servicio, negativa de trato, entre otras.

Por otro lado, de los comentarios recibidos en la consulta pública se desprende lo siguiente:

Raúl Paniagua señaló:¹⁹²

- El AEPR, en su mayoría vende los espacios publicitarios a las agencias de publicidad que a su vez venden dichos espacios a las empresas anunciantes, pudiendo estas

¹⁹¹ Resolución de Preponderancia en Radiodifusión, páginas 521, 625 y 626.

¹⁹² Participación de Raúl Paniagua en la Consulta Pública.

agencias llevar a cabo prácticas discriminatorias que beneficien indirectamente al AEPR.

- Se debe de regular la manera en que se comercializan los espacios publicitarios, que si bien en caso de que se haga la venta a agencias publicitarias se tenga que resguardar un porcentaje a sus competidores o en su caso, comprobar que se pusieron a la venta – a los competidores - dichos espacios.

Por su parte, Mega Cable señaló:

- El AEPR deberá presentar una oferta pública de referencia para la comercialización de espacios publicitarios controlado por audiencia, tipo de contenido, horario, eventos desarrollados a través de la transmisión del espacio publicitario, entre otros. Esta oferta deberá incluir todos los descuentos, bonificaciones, o cualquier elemento de ajuste a la tarifa base por tipo de cliente o servicio de tal manera que se conozca la tarifa efectiva. Esta tarifa efectiva será de utilidad para el análisis de competitividad en los procesos de formación de precios y la capacidad de los competidores del Agente Económico Preponderante de replicar, por audiencia, sus tarifas.
- El AEPR deberá permitir al proveedor solicitante la comercialización de espacios publicitarios en su contenido; ya sea que haya accedido a este contenido a través de adquisición directa; compra, o a través de las obligaciones de *Must Offer*. Esta medida permitirá incrementar la rentabilidad de los agentes económicos, proveedores solicitantes, que pudieran competir con el AEPR. Esta mayor rentabilidad fomentará la competencia e innovación, acelerando la entrada y permanencia en el mercado de agentes económicos oferentes, en diversas plataformas tecnológicas, que fomenten una competencia efectiva en la oferta del servicio.
- El Instituto determinará un número máximo de minutos de publicidad por hora para todos los canales de programación del AEPR. Asimismo, el Instituto establecerá una limitante a las menciones, infomerciales, así como a cualquier publicidad directa o indirecta con el fin de que se ofrezca una mayor cantidad de contenidos dentro de la programación del AEPR.

b) la razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación.

De conformidad con lo señalado anteriormente, la información solicitada por el Instituto, tanto por los requerimientos de información realizados al AEPR derivado de las atribuciones de las unidades correspondientes, así como por la información solicitada de conformidad con lo instruido en las medidas de preponderancia, ha servido para detectar áreas de mejora y gracias a ello se plantean cambios que toman en consideración las circunstancias actuales del mercado de publicidad del STR.

En relación con el ajuste referente a establecer el plazo en el que deberá publicar y entregar al Instituto cualquier modificación a lo señalado en la medida para así evitar posibles desacuerdos o inconformidades en caso de que el AEPR no tenga actualizada la información para los solicitantes del servicio, lo que se busca es dar certeza a los Concesionarios Solicitantes sobre cualquier cambio en la forma de calcular las tarifas en caso de querer contratar algún servicio que ofrece el AEPR. De igual forma, es importante que también queden definidos los plazos y tener conocimiento de cualquier solicitud que se realice al AEPR para contar con la información que pueda aportar al Instituto datos con los que se puedan detectar alguna practica contraria a la competencia, así como para poder hacer verificable y sancionable la medida en caso de incumplimiento por parte del AEPR.

Las medidas Vigésima Primera y Vigésima Segunda están enfocadas en fortalecer los controles preventivos para detectar conductas anticompetitivas del AEPR que puedan restringir o que imposibiliten la entrada de usuarios y por lo tanto afectar la competencia. Con las modificaciones se busca tener mayor visibilidad respecto a la venta de espacios publicitarios, lo cual permitirá reducir asimetrías de información, y con ello, fortalecer las actividades de supervisión y verificación del Instituto, evitando afectaciones a la competencia económica y la libre concurrencia.

En la Resolución de Preponderancia se señaló específicamente lo siguiente¹⁹³: “se considera oportuno que el agente económico preponderante haga del conocimiento público todos los elementos que conforman su oferta de publicidad en sus señales de televisión radiodifundida, tales como servicios, precios por servicios, condiciones y términos de contratación y política de bonificaciones y descuentos, entre otros, sin que se llegue a conformar una oferta pública de referencia, esto con la finalidad de que el agente preponderante esté en posibilidad de acordar libremente sus precios finales con los anunciantes.”

Dado que el precio de un espacio publicitario cambia en función de varios factores, como la duración, el orden de programación, el horario de transmisión, puede repercutir en que empresas del mismo sector compitiendo por el mismo mercado, podrían, a lo largo de un año, contratar una cantidad diferente de espacios publicitarios. Esto puede deberse a variaciones en sus estrategias de mercadotecnia o diferencias en recursos económicos disponibles. Sin embargo, es probable que estas empresas inviertan una cantidad similar en publicidad, valorando los espacios de acuerdo con su impacto y rentabilidad. Por ello, es importante clarificar las variables que se le dan a cada factor de cálculo para garantizar transparencia y equidad en el cobro de este servicio a todos los interesados.

Retomando lo señalado en el párrafo que antecede, resulta crucial para el Instituto garantizar que quienes solicitan el servicio lo adquieran en condiciones no discriminatorias y en condiciones de transparencia y competencia. Al no contar con los elementos claramente definidos, existe una afectación a la competencia.

¹⁹³ Resolución de Preponderancia, página 624.

Por otra parte, con la entrega de la información respecto a cómo se comercializan los espacios publicitarios para los servicios de telecomunicaciones, se pretende brindar de certeza a los interesados en adquirir estos servicios, así como vigilar la no discriminación en la provisión de éstos. Para ello, cabe mencionar que, de acuerdo con el informe titulado “Acceso a la información: una tarea pendiente para la regulación latinoamericana”, publicado en agosto de 2003 por la CEPAL, la información es considerada un requisito indispensable para la regulación de cualquier sector y resalta que, mientras las empresas buscan maximizar sus propios beneficios, el trabajo del regulador es garantizar el funcionamiento eficiente de los mercados y actuar en función de la maximización del bienestar general y, para que el regulador pueda cumplir con sus objetivos, es necesario que cuente con la información del mercado que está a su cargo para poder evaluar y emitir políticas que ayuden a cumplir las obligaciones del regulador, sin embargo, generalmente el regulador se ve limitado por la falta de información ya que no puede observar con precisión la conducta del regulado.

La entrega de la información permitirá al Instituto realizar sus actividades de supervisión y verificación de la no discriminación, además que brindará certeza jurídica a los interesados en el servicio toda vez que, con el establecimiento de un periodo para la actualización de la información, se contará con la información actualizada relativa a los diversos servicios de publicidad que se ofrece en el STR.

En relación con las manifestaciones transcritas previamente, el Instituto expone lo siguiente:

Respecto a que la modificación a las Medidas es injustificada y excede las facultades establecidas en la LFTR, con independencia que el AEPR manifiesta que ha cumplido con las obligaciones impuestas en las medidas, que no ha habido denuncias o desacuerdos por la provisión del servicio de publicidad y que no han existido incidencias al respecto tal y como lo señala en su respuesta al Oficio de Inicio, también es cierto que el Instituto está facultado para realizar modificaciones en apego al artículo 266 de la LFTR.

Tomando en consideración lo señalado en el Análisis en Materia de Competencia, se advierte que el STR sigue siendo el medio más utilizado para ver canales de televisión y los contenidos del STR son muy atractivos, incluso para los usuarios del STAR. Además, los niveles de audiencia del AEPR en el STR se han mantenido en niveles altos, pues en diciembre de 2021, la participación del AEPR fue de 60.9% (sesenta punto nueve por ciento) en términos de audiencia.

Si bien la proporción del gasto en publicidad que se destina al STR ha disminuido ante el incremento de la publicidad destinada a medios digitales, el STR sigue siendo el medio tradicional al que los anunciantes destinan más recursos para la adquisición de espacios publicitarios (28.4% del total del gasto en publicidad, para 2020). Adicionalmente, a través de sus subsidiarias, [Nombre de persona moral] participa en varias plataformas, incluyendo el STR, el STAR e Internet. Por lo cual, tiene la posibilidad de integrar distintas plataformas para

diseñar su oferta de espacios publicitarios combinando las audiencias y usuarios que alcanza a través de las plataformas en las que opera.

Por lo anterior, resulta carente de toda motivación lo manifestado por GTV-Televisa, pues como se señaló en la Resolución de Preponderancia:

“[...] la comercialización de espacios publicitarios en las señales de televisión radiodifundida es lo que constituye la principal fuente de ingresos de GITV en el sector de radiodifusión y, por ende, contribuye a fortalecer su posición de agente económico preponderante.

Además, las señales de televisión radiodifundida que controla el GIETV ostentan la mayor participación frente a las audiencias en el territorio nacional, por lo que también ostentan el mayor valor para agentes económicos anunciantes [...]”¹⁹⁴

En ese contexto, como preponderante, [REDACTED]

Hechos de carácter económico y jurídico de la persona moral

[REDACTED] de espacios publicitarios en las distintas plataformas que opera, incluyendo el STR, independientemente del crecimiento de la publicidad en otros medios.

Por lo anterior, resulta improcedente lo manifestado, pues el Instituto no está obligado a analizar “la competencia en otros medios publicitarios”, ya que como indica el texto constitucional, éste se encuentra obligado a declarar a los Agentes Económicos Preponderantes y establecer las medidas que considere necesarias al AEPR, para restaurar la competencia y libre concurrencia.

Respecto a la manifestación sobre daño irreparable y violaciones al secreto industrial, en su respuesta al Oficio de inicio GTV-Televisa señala que *“(La)... imposición de nuevas Medidas en Publicidad es violatoria al secreto Industrial de mis representadas consignado en la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial y reconocido en materia de competencia económica (el “Secreto Industrial”), toda vez que ese Instituto al pretender solicitar mayor información y prerrogativas respecto a cómo se prestan los servicios de publicidad de televisión radiodifundida”.*

De lo anterior se desprenden dos puntos importantes: 1) no se están imponiendo nuevas medidas de publicidad, los puntos que se están abarcando con las modificaciones a las medidas son criterios que ya se encuentran en la Medida Vigésima Primera que se reordenan en viñetas, a fin de darle claridad a la medida y, 2) se está incluyendo las características que deben contener las tarifas expresadas para su determinación, a fin de

¹⁹⁴ Resolución de Preponderancia, p. 525 y 526

mitigar cualquier posible discrecionalidad de Grupo-Televisa en la determinación de las mismas.

Lo anterior con el objeto de dar claridad a los diversos servicios de publicidad que ofrece en el Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada y así poder vigilar e identificar cualquier conducta que pudiera afectar negativamente el desarrollo del sector, y con ello también se facilitarían las labores de supervisión y verificación del Instituto respecto a si hay elementos para suponer o no un trato discriminatorio en la provisión de espacios publicitarios.

En relación con lo señalado acerca de que se está adicionando la presentación de variables que tengan criterios objetivos, medibles y verificables, y que se especifique la ponderación de estos factores en el cálculo de las tarifas efectivamente cobradas, como se señaló en el apartado anterior, en el Análisis en Materia de Competencia, se menciona que se tiene conocimiento que a pesar de que existen tarifas públicas de referencia para sus espacios publicitarios, GTV-Televisa emplea múltiples criterios y variables para determinar las tarifas definitivas aplicables a cada anunciante. Algunas de estas variables, tales como “Entorno del anunciante”, “Competencia y Mercado Publicitario” y “Relevancia del Programa y la Marca del Anunciante” sugieren que GTV-Televisa cuenta con una amplia discrecionalidad para establecer sus tarifas efectivas por servicios publicitarios, por lo que con la propuesta de modificación de esta medida se brindaría mayor transparencia a los anunciantes sobre las tarifas finales.

La convivencia de varias variables para la determinación de tarifas de publicidad sin que exista un criterio claro de cómo se interrelacionan merma la capacidad del Instituto de advertir algún tipo de práctica contraria al desarrollo de la competencia, por tanto, contar con más información abonará al análisis que pueda realizar el Instituto sobre la información anual que se propone que entregue en la medida Vigésima Segunda.

Respecto a que la Medida Vigésima segunda es violatoria al secreto industrial consignado en la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial y reconocido en materia de competencia económica (el “Secreto Industrial”), al pretender solicitar mayor información y prerrogativas respecto a cómo se prestan los servicios de publicidad de televisión radiodifundida, se considera pertinente realizar una modificación con el fin de evitar afectaciones que no estén relacionados con los objetivos de la medida.

De los argumentos vertidos en los cuatro puntos señalados, no se considera que al solicitar *“Las tarifas de referencia de cada uno de ellos, así como la definición de las variables consideradas”* sea información con la que se revelen los avances tecnológicos, y se ponga en riesgo los beneficios del “secreto Industrial”, toda vez que dicha información coadyuvará a que el Instituto pueda confirmar que las tarifas no son discriminatorias y poder realizar comparativos con las que se puedan advertir prácticas contrarias al desarrollo de la competencia. Por lo anterior, se ajusta la redacción de las Medidas considerando el objetivo

inicial por el que fueron propuestas sin que ello afecte al AEPR y ponga en riesgo los beneficios del secreto industrial.

Respecto a las manifestaciones de afectaciones en materia de competencia, en la respuesta al Oficio de Inicio se señala que las tarifas y el mecanismo para la determinación de las tarifas es información estratégicamente sensible que de ser conocida por algún otro competidor en el mercado de publicidad, que puede conllevar a la eliminación o reducción de la competencia imperante en dicho mercado, afectando a los anunciantes.

También señala que Mega Cable (competidor del AEPR en el mercado de publicidad por ser proveedor de STAR) fue quien destacó la importancia de conocer la tarifa efectiva. Respecto a Mega cable, si bien es cierto que es su competidor, también es cierto que el Instituto, como regulador, debe considerar los comentarios vertidos en la consulta pública y retomar aquellos en los que se detectó un posible conflicto.

Como señala en la prueba pericial ofrecida por GTV-Televisa, la adaptación y la innovación son esenciales para que la televisión abierta siga siendo relevante en la era digital¹⁹⁵, si no hay una estrategia que fomente la competencia, así como estrategias que motiven a los nuevos entrantes al mercado, el STR puede desaparecer, por lo que dejaría en desventaja a la población que usa este servicio.

Por otra parte, a partir de la información publicada por GTV-Televisa, como parte de sus planes comerciales se identifica que, a pesar de que existen tarifas públicas de referencia para sus espacios publicitarios, emplea múltiples criterios y variables para determinar las tarifas definitivas aplicables a cada anunciante. Algunas de estas variables, tales como “Entorno del anunciante”, “Competencia y Mercado Publicitario” y “Relevancia del Programa y la Marca del Anunciante” sugieren que GTV-Televisa cuenta con una amplia discrecionalidad para establecer sus tarifas efectivas por servicios publicitarios.

Por lo anterior, se considera que, si bien ciertos elementos de las Medidas han contribuido a dotar a los anunciantes de cierta información sobre los espacios publicitarios del AEPR, su impacto agregado ha sido bajo en cuanto a su propósito de transparentar las operaciones de publicidad del AEPR, específicamente de GTV-Televisa, con la finalidad de evitar fallos derivados de la falta de información. Esto, debido a la existencia de elementos discrecionales que impiden a los anunciantes conocer las tarifas que efectivamente se aplican en la comercialización de espacios publicitarios.

Aunado a lo anterior, de la información presentada por GTV-Televisa el 12 de marzo de 2018 mediante folio de la Oficialía de Partes del Instituto 013565, se realizó un análisis referente a la inversión publicitaria, el cual consiste en verificar el trato diferenciado en la comercialización de espacios publicitarios comparando el monto que se carga al contratante por los espacios publicitarios contratados. Es razonable asumir que empresas del mismo sector y que pretenden competir por el mismo mercado, a lo largo de un año,

¹⁹⁵ Prueba pericial en materia de publicidad, página 19

aunque no contraten la misma cantidad de espacios publicitarios, ya sea porque su estrategia mercadológica sea distinta o porque no cuenten con la misma cantidad de recursos económicos, si contraten proporcionalmente la misma cantidad de espacios publicitarios en función de su valor. En ese sentido, con base en la información presentada, se observa que la cantidad de espacios publicitarios contratados no es proporcional con los montos pagados por estos para todos los contratantes.

De lo anterior se desprende que existen diferencias significativas entre los montos pagados por cada contratante, en función de los espacios publicitarios contratados, sin que exista para esto información que permita identificar los factores que determinan estas diferencias, por lo que no se puede corroborar si hay discriminación de tarifas.

Por lo anterior, el Instituto, considerando lo manifestado y en apego a los objetivos de la medida para restaurar la competencia y libre concurrencia, modifica las Medidas Vigésima primera y Vigésima segunda.

Con respecto a la manifestación de exceso en las facultades impuestas al Instituto en el Artículo 266 de la LFTR, se advierte necesario realizar énfasis en que el sector regulado es la radiodifusión, siendo la publicidad una medida reconocida por el artículo 266 de la LFTR, dentro del cual, como bien señala GTV-Televisa, se establece lo siguiente:

“Artículo 266. En lo que respecta al sector de radiodifusión el Instituto podrá imponer las siguientes medidas al agente económico preponderante:

[...]

“XI. No restringir el acceso a la publicidad cuando ello implique el desplazamiento de sus competidores o la afectación a la libre concurrencia;

XII. En los contratos que documenten lo dispuesto en la fracción anterior, se deberán prever términos de mercado;

XIII. Publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto la información relativa a los diversos servicios de publicidad que ofrece en el servicio de televisión radiodifundida concesionada;

XIV. Abstenerse de aplicar un trato discriminatorio respecto de los espacios publicitarios ofrecidos en el servicio de televisión radiodifundida concesionada;

[...]

(Énfasis añadido)

Por lo que no se considera procedente las manifestaciones de GTV-Televisa, toda vez que la propuesta de modificación de las Medidas busca cumplir con los objetivos planteados en la LFTR y encuentran su fundamento en las fracciones XI, XII, XIII y XIV, así como con los objetivos planteados en la Resolución de preponderancia.

Respecto a la manifestación de que se está regulando plataformas adicionales más allá del sector de radiodifusión, se advierte que, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 28 constitucional, el Instituto tiene por objeto *"el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones"* y para el cumplimiento de su objeto tiene a su cargo las facultades para la *"regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, así como del acceso a infraestructura activa, pasiva y otros insumos esenciales, garantizando lo establecido en los artículos 6o. y 7º. de esta Constitución."*

Cabe destacar que el artículo 6 constitucional, apartado B), fracción III y IV, en relación al servicio de radiodifusión, dispone que:

III. La radiodifusión es un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional, contribuyendo a los fines establecidos en el artículo 3o. de esta Constitución.

IV. Se prohíbe la transmisión de publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa; [...]

Asimismo, se señala que dentro de las medidas que el legislador consideró que el Instituto podría adoptar cuando exista un Agente Económico Preponderante en el sector de Radiodifusión, se encuentran las siguientes:

"Artículo 266. En lo que respecta al sector de radiodifusión el Instituto podrá imponer las siguientes medidas al agente económico preponderante:

[...]

XI. No restringir el acceso a la publicidad cuando ello implique el desplazamiento de sus competidores o la afectación a la libre concurrencia;

XII. En los contratos que documenten lo dispuesto en la fracción anterior, se deberán prever términos de mercado;

XIII. Publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto la información relativa a los diversos servicios de publicidad que ofrece en el servicio de televisión radiodifundida concesionada;

XIV. Abstenerse de aplicar un trato discriminatorio respecto de los espacios publicitarios ofrecidos en el servicio de televisión radiodifundida concesionada [...]"

Además, de conformidad con lo establecido la fracción XXIV que establece lo siguiente:

"XXIV. Aquellas medidas específicas adicionales que el Instituto considere necesarias para prevenir posibles afectaciones a la competencia.

El Pleno del Instituto deberá emitir un dictamen en el que se establezca como mínimo:

a) La posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir, y

b) La razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación.”

Así las cosas, las manifestaciones resultan improcedentes, al ser evidente que el Instituto cuenta con facultades suficientes para establecer medidas en relación a la publicidad del AEPR, pues tal como lo expuso en la Resolución de Preponderancia, la publicidad puede constituirse en un insumo necesario para la competencia en diversos mercados, pues es utilizada por los agentes económicos para promover sus bienes y servicios y mejorar su posicionamiento ante la preferencia de los usuarios. La publicidad puede ser un elemento clave en el éxito de las empresas, pues influye en la toma de decisiones de los consumidores.

En la misma resolución, el Instituto señaló que el AEPR tiene un fuerte posicionamiento en el mercado de publicidad, particularmente a través de televisión radiodifundida, que le puede dar la capacidad e incentivos para fijar precios de manera unilateral y restringir la provisión de dicho insumo a los anunciantes. Esta situación puede ser particularmente grave tratándose de anunciantes que compiten con dicho agente económico en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones.

En virtud de lo anterior, el posicionamiento de GTV-Televisa y Afiliadas frente a las audiencias, podría generar incentivos para utilizar el mercado de la publicidad con el fin de desplazar a sus competidores en otras actividades económicas que desempeña.

Por otro lado, la actual disposición se emite en función de lo establecido en la medida Trigésima del Anexo 1 de la Resolución de Preponderancia que establece que el Instituto deberá motivar que su determinación resulta proporcional y conducente con los fines que originalmente buscaba cada medida que, para el caso de las medidas relacionadas con la comercialización de la publicidad son:

1. Evitar que el AEPR utilice la venta de publicidad como instrumento para restringir la entrada y crecimiento de agentes en otros sectores.
2. Evitar que este agente ofrezca sus espacios publicitarios de forma condicionada o discriminatoria; o realice negativas de trato.

En ese sentido, las medidas adoptadas en la Propuesta de Modificación resultan proporcionales con los fines que persiguen, pues buscan brindar certeza a los adquirentes de espacios publicitarios y garantizar que el servicio se ofrezca bajo condiciones no discriminatorias. Aunado a lo anterior, no se acredita lo manifestado respecto a que las medidas adoptadas en la Propuesta de Modificación son excesivas.

Valoración de las pruebas.

Valoración de la Documental Privada consistente en el “Análisis económico del Doctor en Economía [Nombre de persona física]”.

En virtud de que en el Análisis económico denominado Dictamen económico por el doctor [Nombre de persona física], no se aportó elemento suficiente alguno, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 79, 93 fracciones III y VII, 133, 188, 197, 203, 210-A y 217 del CFPC de aplicación supletoria a la LFTR, en términos de su artículo 6, fracción VII; resulte ser insuficiente para acreditar desde una perspectiva económica que no se justifican los cambios a la Medida Vigésima Primera propuesta en el Oficio de Inicio.

- a) Lo anterior es así, puesto que, si bien la prueba acredita que ha aumentado la inversión en publicidad de medios digitales debido a su capacidad para estar dirigida a audiencias específicas en detrimento de otros medios publicitarios y que, por lo tanto, no le permite afectar las condiciones de competencia y libre concurrencia en radiodifusión, o afectar a terceros en telecomunicaciones y otros sectores, lo cierto es que el objetivo de la modificación a esta medida no es endurecer la regulación hacia el AEPR, sin considerar las tendencias actuales del mercado de publicidad, sino que con la modificación a las medidas impuestas al AEPR, se pretende asegurar que éste no utilice su posicionamiento en el sector de radiodifusión con propósitos anticompetitivos mediante las inserciones publicitarias en sus señales de televisión radiodifundida, así como de asegurar que toda la información que presenta GTV-Televisa sea transparente y veraz, y con ello evitar fallos derivados de la falta de información, debido a la existencia de elementos discrecionales que impiden a los anunciantes conocer las tarifas que efectivamente se aplican en la comercialización de espacios publicitarios.

Valoración de Documental Privada consistente en el “Análisis económico y técnico del mercado de publicidad de [Nombre de persona moral]”.

En virtud de que no se aportó elemento suficiente alguno que administrativamente le diera valor probatorio pleno, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 79, 93 fracciones III y VII, 133, 188, 197, 203, 210-A y 217 del CFPC de aplicación supletoria a la LFPA de aplicación supletoria de la LFTR, en términos de con su artículo 6, fracción VII; sin embargo, la prueba resulta ser insuficiente para acreditar que, la modificación a la medida en materia de Publicidad podría generar sobre la dinámica de la industria y el bienestar social al generar un deterioro irreversible en las condiciones de competencia del mercado en que opera el AEPR.

Lo anterior es así puesto que la prueba de referencia no acredita los extremos pretendidos por los oferentes, teniendo en cuenta que, el hecho de que el Instituto solicite información no tiene alguna implicación que afecte el mercado, en primer lugar, porque la información que se solicite al AEPR quedará en poder del Instituto con la finalidad de poder comprobar

que las variables que establece GTV-Televisa para calcular sus tarifas no están siendo manipuladas en favor de empresas de su mismo grupo.

En segundo lugar, el AEPR señala que debido al impacto que han tenido los medios digitales en los últimos años, la inversión en publicidad del STR está disminuyendo, por lo que no tiene poder de negociación y realiza una comparación con empresas que no son parte del STR como Alphabet, Meta y Amazon, situación que, si bien es necesario para entender el servicio, no está relacionada con el STR.

Se debe considerar que las medidas están encaminadas a regular la publicidad del STR, y en ningún momento se pretende traspasar la regulación imponiendo regulación a un sector que no compete, toda vez que, retomando lo que señala en el Anexo 2, el STR es esencial para muchos hogares mexicanos que aún no disponen de Internet, por lo que, en este caso en particular, no les es aplicable la publicidad en medios digitales.

Máxime lo anterior, contrario a lo que argumenta GTV-Televisa, la revisión de la regulación asimétrica reviste un mecanismo que el Instituto implementó dentro del régimen de preponderancia que tiene como finalidad el modificar o suprimir ciertas medidas ya contempladas en la Resolución de Preponderancia, así como, en su caso, adicionar medidas que el Instituto considere necesarias para prevenir posibles afectaciones a la competencia.

Lo anterior, partiendo de la evaluación de impacto de las medidas en términos de competencia, así como de si su planteamiento actual resulta eficaz para alcanzar los propósitos de cada medida.

Valoración de la Documental consistente en la sentencia dictada en la Acción de Inconstitucionalidad 95/2021 y su acumulada 105/2021, de fecha 16 de noviembre de 2021 emitida por el Pleno de la SCJN.

La prueba en análisis, es un hecho notorio al poder ser consultada en la liga de Internet señalada por los oferentes, y además tiene valor probatorio pleno de conformidad con lo dispuesto en los artículos 79, 88 y 197 del CFPC de aplicación supletoria a LFTR, de conformidad con su artículo 6, fracción VII, en relación con la tesis de rubro “HECHOS NOTORIOS. LOS TRIBUNALES DE CIRCUITO Y LOS JUZGADOS DE DISTRITO PUEDEN INVOCAR OFICIOSAMENTE, COMO TALES, LOS EXPEDIENTES Y LAS EJECUTORIAS DE AQUÉLLOS COMO MEDIOS DE PRUEBA APTOS PARA DETERMINAR QUE SE ESTÁ EN PRESENCIA DE UN JUICIO DE AMPARO QUE RESULTA NOTORIAMENTE IMPROCEDENTE”, para lo cual se realizó la consulta en el Semanario Judicial de la Federación de la SCJN, en virtud de que el vínculo proporcionado por el oferente no conduce a la sentencia de mérito.

Sin embargo, la prueba resulta ser insuficiente para acreditar lo señalado en el apartado que aducen los oferentes de la prueba, denominado (A) Cuestiones procesales y formales, y temas de; (II) Ilegalidad del procedimiento por imponer Medidas regulatorias adicionales al AEPR, sin haber observado los requisitos previstos en el último párrafo del artículo 266 de la LFTR, (III) Incumplimiento a la Medida Trigésima de la Resolución de Preponderancia, (IV) Violación a la cosa juzgada en su efecto reflejo, y (V) Indebida motivación de los Oficios de inicio que fundamentan la razonabilidad de modificar las Medidas.

Lo anterior es así puesto que, la ejecutoria de mérito se ciñe al cumplimiento los parámetros normativos que prevé el último párrafo del artículo 266 de la LFTR, y que en entre otras cosas, señala lo siguiente:

“El artículo 266, fracción XXIV, de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión no implica que se habilitó a la autoridad reguladora para imponer libremente al Agente Económico Preponderante en radiodifusión, las medidas que se considerare convenientes para contrarrestar las posibles afectaciones a la competencia, sino que existen las limitaciones legislativas correspondientes, que es precisamente supeditar a la prevención de posibles afectaciones a la competencia, para lo cual se requiere establecer la afectación económica que se pretende corregir e indudablemente la razonabilidad de la medida adicional con relación a dicha afectación.” (...)

“Por consiguiente, el justo alcance de la fracción XXIV del artículo 266 de la Ley Federal de Telecomunicaciones debe ser entendida en el sentido de que resulta indispensable establecer sin lugar a dudas, la afectación económica que se pretende corregir; y, justificar la razonabilidad de la medida adicional con relación a dicha afectación, porque el listado de medidas que el Instituto puede imponer al Agente Económico Preponderante está contenido en el propio precepto citado, y la imposición de medidas adicionales es un caso de excepción que deriva justamente de la intención de prevenir una afectación a la competencia económica, es decir, busca regular los aspectos que no lograron los fines deseados y explicar por qué se corregiría tal situación.”

Sin embargo, de ningún modo puede sostenerse que el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones incumplió con las exigencias previstas en el último párrafo del artículo 266, de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, pues el dictamen que forma parte de esta resolución, precisa lo siguiente:

- (a) *La posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir.*
- (b) *Razonabilidad de la medida con relación a las posibles afectaciones.*

Valoración de la Pericial en Economía consistente en el dictamen rendido por [REDACTED]
[REDACTED] Nombre de persona física [REDACTED], perito en economía, designado por GTV-Televisa
en el Escrito de Manifestaciones.

CUESTIÓN PREVIA

Previo a valorar sobre las respuestas al cuestionario provistas por el perito de GTV-Televisa en materia de economía, es importante señalar que para que una prueba pericial pueda cumplir su objetivo¹⁹⁶, las preguntas del cuestionario deben tener relación con el proyecto de medidas impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión y ser tales que sus respuestas permitan a este Pleno del Instituto contar con explicaciones necesarias propias de los hechos que se pretenden probar.

En esa virtud, se estima que el objeto de las preguntas 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 de la pericial en economía no se encuentra relacionado con las medidas referentes a Contenidos y Publicidad propuesta por este Instituto (GTV-Televisa hace referencia a las medidas Décimo Novena, Vigésima Primera y Vigésima Segunda), aun cuando la prueba es valorada, el alcance probatorio de la pericial no es suficiente para desvirtuar la modificación a las medidas propuestas, por lo cual no genera ánimo para demostrar que las condiciones de mercado que se determinaron en su momento al AEPR han cambiado, por las razones que, en síntesis, se exponen en la tabla que a continuación se detalla.

Tabla 25.

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar que las condiciones de mercado que se determinaron en su momento al AEPR han cambiado, toda vez que:
1. Que explique el perito cuál ha sido la evolución de la inversión en publicidad en el servicio de televisión radiodifundida (STR).	No guarda relación con las medidas Vigésima Primera y Vigésima Segunda de manera específica.
2. Que explique el perito la importancia en el crecimiento de la inversión en publicidad en medios digitales y las razones para ello.	No guarda relación con las medidas Vigésima Primera y Vigésima Segunda de manera específica.

¹⁹⁶ Visible en: <https://sif2.scjn.gob.mx/detalle/tesis/2012776>

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar que las condiciones de mercado que se determinaron en su momento al AEPR han cambiado, toda vez que:
3. Que explique el perito las razones por las que los diferentes medios publicitarios son complementarios en cantidad y sustitutos en precios.	No guarda relación con las medidas referentes a Publicidad de manera específica.
4. Que explique el perito cómo han evolucionado los ingresos por publicidad del Agente Económico Preponderante en Radiodifusión (AEPR) por tipo de medio.	No guarda relación con las medidas referentes a Publicidad de manera específica.
5. Que explique el perito cuál es la participación del AEPR en el mercado de publicidad y las razones por las que dicha participación no le permite afectar las condiciones de competencia y libre concurrencia en radiodifusión, o afectar a terceros en telecomunicaciones y otros sectores.	No alcanza a responder cuestionamiento planteado, relacionado con las medidas notificadas.
6. Que explique el perito cuál ha sido la tendencia del consumo de contenidos audiovisuales por Internet y el impacto en la comercialización de espacios publicitarios.	No alcanza a responder el cuestionamiento planteado, relacionado con las medidas notificadas.
7. Que explique el perito, en resumen, las razones por las que el AEPR no mantiene ni mantendrá un fuerte posicionamiento en la comercialización de espacios publicitarios que justifique a la medida de preponderancia Vigésima primera del AEPR.	No alcanza a responder el cuestionamiento planteado, relacionado con las medidas notificadas.

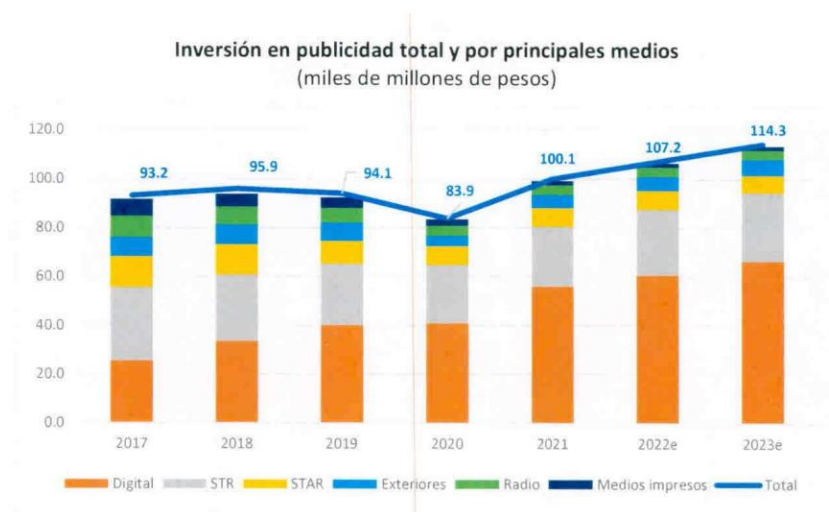
Dictamen pericial en materia de economía, presentado en la oficialía de partes del Instituto el día 13 de noviembre de 2023, registrado con número de folio 030269, rendido por [REDACTED] [REDACTED] Nombre de persona física [REDACTED], perito en economía designado por GTV-Televisa.

Por lo que hace a la pregunta contenida en el numeral "1" la cual señala:

1. Que explique el perito cuál ha sido la evolución de la inversión en publicidad en el servicio de televisión radiodifundida (STR).

Respuesta del perito:

En el periodo 2017-2022 la inversión total en publicidad, después de una caída en 2020, se recuperó y siguió creciendo. En ese periodo ésta se incrementó 15.1 por ciento para alcanzar 107.3 miles de millones de pesos; se estima aumentará 6.6 por ciento en 2023. Por su parte, la inversión en publicidad en el Servicio de Televisión Radiodifundida ("STR") en el mismo periodo decreció 10.7 por ciento, si bien se estima crezca 4.2 por ciento en 2023. Como resultado, la participación de la inversión en publicidad del STR cayó en 7.2 puntos porcentuales entre 2017 y 2022 para llegar a 25.0 por ciento, y se estima que su participación disminuya a 24.5 por ciento en 2023. La siguiente gráfica muestra el crecimiento de la inversión en publicidad en medios digitales.



Fuente: Estudio Valor Total Media 2022 para el periodo 2017-2021. Estimación del valor del mercado con base en las proyecciones de crecimiento de eMarketer para 2022 y 2023.

Consideraciones del Instituto:

En relación tanto con la pregunta, así como con la respuesta dada por el perito, debe advertirse que, dada su generalidad, no existe claridad sobre qué parte del Oficio de Inicio se busca controvertir, o bien, qué información se pretende plantear a fin de que se reconsideren los planteamientos de las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas.

Adicionalmente, la oferente no señaló cuáles son las conclusiones del perito que demostraban sus manifestaciones, cuáles son las constancias y elementos de prueba que no fueron atendidos por el Instituto y que debieron administrarse con el dictamen del especialista para darle el valor probatorio que a su juicio merecía, qué información de la evaluación técnica fue examinada de manera limitada y aislada, y con cual debió complementarse para realizar una calificación correcta de la respectiva prueba pericial; sobre todo si se considera que las manifestaciones de GTV-Televisa, deben estar dirigidos a reconsiderar la propuesta de medidas, en el caso particular de la pericial en economía de la Medida Décima Novena, Vigésima Primera y Vigésima Segunda.

Por lo que hace a la pregunta contenida en el numeral "2" la cual señala:

2. Que explique el perito la importancia en el crecimiento de la inversión en publicidad en medios digitales y las razones para ello.

Respuesta del perito:

Con el avance en la tecnología de las telecomunicaciones, las estrategias de publicidad se han modificado principalmente a través del uso creciente de los medios digitales en detrimento del resto de los otros medios publicitarios. Esto les ha permitido a los anunciantes reducir costos, aumentar la cobertura, segmentar de mejor manera las audiencias, y llegar a ellas más rápido y en tiempo real. Además, con ello se ha generado una gran competencia entre los medios publicitarios para la transmisión de la publicidad. El cambio tan drástico en las estrategias de sustitución de medios de publicidad no responde a una simple tendencia incremental, sino a razones de transformación profunda del panorama de los medios a nivel global.

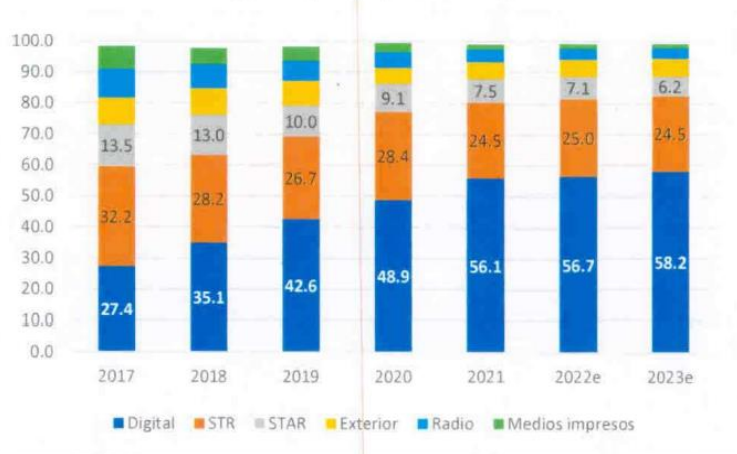
El creciente uso de la publicidad en medios digitales se explica por su capacidad para estar dirigida a audiencias específicas. Para ello se utilizan "tecnologías que permiten el seguimiento e identificación de usuarios a través de Internet, facilita que la Publicidad se focalice en un usuario (o audiencia específica) que ha mostrado interés por el producto o servicio del Anunciante o cuyas características socioeconómicas y demográficas son de interés para un Anunciante. De esta manera se maximiza la promoción de productos y servicios ya que los anunciantes pueden llegar específicamente a ciertas audiencias.

La caída en términos absolutos de la inversión en publicidad del STR, así como su menor participación en el total, obedece al dinamismo de la relacionada con medios digitales. Esta última aumentó 138.4 por ciento en el periodo 2017-2022 para alcanzar 60.8 miles de millones de pesos.

Esto se traduce en un incremento de su participación en el total de 27.4 por ciento a 56.7 por ciento en ese periodo; para 2023 se espera que la publicidad en medios digitales se incremente en un 9.3 por ciento y que su participación alcance 58.2 por ciento del total. En estos años la publicidad digital rebasó al STR como el medio de publicidad más usado. De

acuerdo con algunas estimaciones, la inversión en publicidad en medios digitales en México aumentará todavía más y su participación pasará de 61.2 por ciento del total en 2024 a 67.8 por ciento en 2027.

Participación en la inversión en publicidad por principales medios
(participación porcentual)



Fuente: Estudio Valor Total Media 2022 para el periodo 2017-2021. Estimación del valor del mercado con base en las proyecciones de crecimiento de eMarketer para 2022 y 2023.

El incremento en la inversión en medios digitales es una tendencia mundial como lo muestran los datos de un grupo de países seleccionados para 2021; entre éstos, México es el segundo con mayor incremento en la participación de este medio desde 2017 con 29 puntos porcentuales.

Inversión en publicidad en medios digitales
(participación porcentual y puntos porcentuales)

	2017 (%)	2022 (%)	Diferencia puntos porcentuales
China	60	80	20
Reino Unido	59	77	18
Estados Unidos	43	69	26
México	27	56	29
Brasil	28	53	25
Colombia	17	52	35
España	28	46	18

Fuente: IAB México, CiM, AVE y AIMX, 2022, Estudio valor total media.

Todo lo anterior deja en evidencia la disminución de la importancia del STR en la comercialización de espacios de publicidad y la fuerte y creciente competencia que enfrenta de otros medios, en particular los digitales.

Consideraciones del Instituto:

En relación con la pregunta y respuesta dada por el perito, no se advierte que la explicación referente al crecimiento de la inversión en publicidad de medios digitales sea decisiva ni suficiente para no implementar los cambios a más medidas de publicidad del STR.

Es decir, que no se advierte cual es el propósito sobre qué parte del Oficio de Inicio se busca controvertir, a fin de reconsideren los planteamientos de las medidas notificadas, ya que el hecho de que aumente la publicidad en medios digitales implique que se debe dejar de regular la publicidad en el STR.

Adicionalmente, en la respuesta presentada el perito no señaló cuáles son las conclusiones que demuestren cuáles son las constancias y elementos de prueba que no fueron atendidos por el Instituto y que debieron administrarse con el dictamen del especialista para darle el valor probatorio que a su juicio del Instituto merecía.

En relación con la pregunta número “3”, señala:

3. Que explique el perito las razones por las que los diferentes medios publicitarios son complementarios en cantidad y sustitutos en precios.

Respuesta del perito:

Desde el punto de vista de competencia económica, los diferentes medios de publicidad son complementarios. Esta complementariedad entre productos (los distintos medios de publicidad) es congruente con las llamadas economías de gama o enfoque. En este caso, las economías de gama se refieren a la eficiencia de la inversión en publicidad asociada al uso de más de un medio para llegar a las audiencias. Es en este sentido que los diversos medios son complementarios entre sí, en cantidad.

La complementariedad de los diferentes medios se manifiesta en la utilización por las empresas de sofisticados sistemas de inversión publicitaria conocidos como optimizadores. Éstos permiten hacer más eficientes los paquetes de medios y lograr alcanzar al público objetivo de cada anunciante para incrementar las ventas. Los optimizadores representan la más alta expresión de la tecnología en los medios de publicidad, cuyo objetivo es simplificar la selección de su uso ante la creciente complejidad para evaluar de forma comparativa las opciones de inversión. Con la utilización de software, los optimizadores intercambian indistintamente los medios para transmitir la publicidad dependiendo de una serie de elementos multifactoriales, incluyendo monto disponible para invertir, tiempo de las campañas y los objetivos buscados en cada una, entre otros. Los anunciantes aumentan así la efectividad y el alcance de su publicidad transmitiendo sus anuncios a través de

medios distintos. En otras palabras, aumentan la probabilidad de que los consumidores potenciales reciban los anuncios transmitiendo la publicidad en medios, horarios y tipos de contenido distintos.

Sin embargo, la complementariedad de los distintos medios de publicidad en términos de cantidad no excluye su sustituibilidad en precio. Es decir, si el precio de la publicidad de un medio aumenta, entonces los anunciantes diseñarían paquetes publicitarios que redujeran el uso de ese medio y aumentarán el de otros. En este caso, el aumento en el precio de la publicidad causaría que la demanda de los espacios publicitarios en otros medios aumentara. En este sentido se trata productos sustitutos en precio, ya que la elasticidad cruzada de la demanda entre ellos es positiva, y que los distintos medios de publicidad compiten entre ellos en todo momento. Es decir, los distintos medios de publicidad compiten ferozmente en precios, a pesar de que sean complementarios en cantidad.

El razonamiento anterior es relevante dado que el AEPR participa en la venta de espacios publicitarios junto con muchos otros agentes. En el mercado de publicidad el AEPR participa en el STR, servicio de televisión y audio restringidos (STAR) y medios digitales. El objetivo de las medidas de preponderancia relacionadas con la comercialización de publicidad tiene el objetivo que no se afecten las condiciones de competencia y libre concurrencia en el sector de radiodifusión o se favorezca indebidamente a empresas que lo integran en perjuicio de terceros. De hecho, la sola participación de diversos agentes económicos en la comercialización de publicidad previene que esto suceda. Como lo sostiene el IFT en un estudio, las actividades de la publicidad en lo que éste define como medios tradicionales, incluso el STR, inciden en las condiciones de competencia de los medios digitales y viceversa. El argumento se puede llevar más allá para sostener simplemente que todos los medios de publicidad compiten entre sí por llegar a las audiencias.

Es claro en la comercialización de espacios de publicidad que los medios digitales están ejerciendo una gran presión competitiva sobre el resto de los otros medios, inclusive el STR, dada su creciente participación de mercado y que los diferentes medios son sustitutos en precios.

Consideraciones del Instituto:

La pregunta y, por ende, la respuesta dada por el perito no está encaminada a refutar lo señalado en el Oficio de Inicio, y por lo tanto la información presentada no se encuentra relacionada con los planteamientos de las medidas notificadas.

Si bien el Instituto conoce los cambios en las tendencias mundiales respecto a los medios publicitarios, los argumentos vertidos por el perito no señalan ninguna conclusión que permita encaminar las medidas hacia un nuevo planteamiento. Lo anterior, en virtud de que, de conformidad con el Análisis en Materia de Competencia el STR sigue siendo el

medio más utilizado para ver canales de televisión y los contenidos del STR son muy atractivos, incluso para los usuarios del STAR¹⁹⁷.

La pregunta “4” señala lo siguiente:

4. Que explique el perito cómo han evolucionado los ingresos por publicidad del Agente Económico Preponderante en Radiodifusión (AEPR) por tipo de medio.

Respuesta del perito:

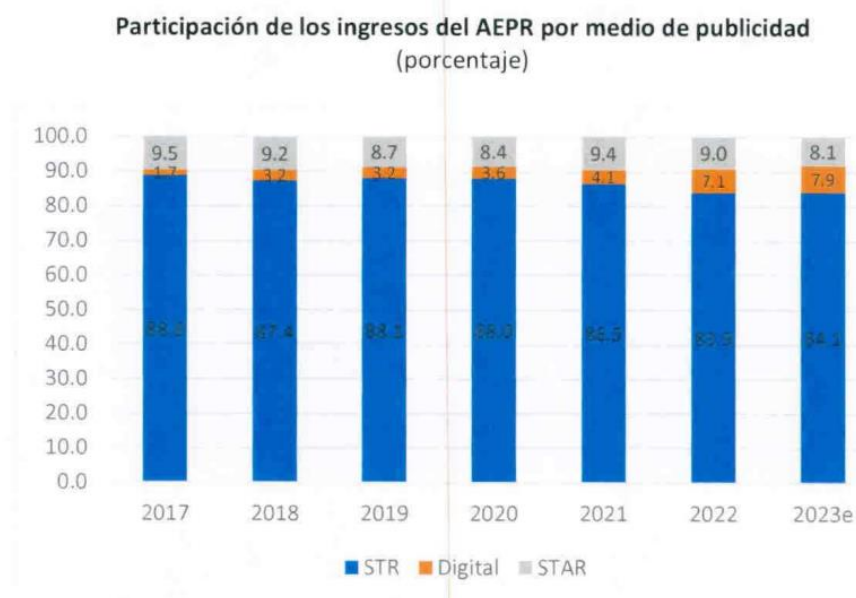
Los ingresos totales por publicidad del AEPR pasaron de Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales [REDACTED] en términos nominales, lo que representa una disminución de 0.8 por ciento. El AEPR estima que sus ingresos por este concepto alcanzarán Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales esto es un incremento de 4.0 por ciento. En el caso particular de este tipo de ingresos por el STR, éstos pasaron de [REDACTED] [REDACTED] entre 2017 y 2022, lo que representa una caída de 6.2 por ciento; se espera un crecimiento de 4.3 por ciento para 2023, menor a la tasa de inflación.

Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales

En términos de participación de los diferentes medios en el total de ingresos de publicidad del [REDACTED]

Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales

¹⁹⁷ Análisis en Materia de Competencia, página 81.



Fuente: AEPR. Estimación de 2023 con base en el presupuesto.

Consideraciones del Instituto:

El Instituto reconoce que la inversión en medios digitales tiene una tendencia creciente respecto a otros medios de transmisión de publicidad, y que además es una tendencia mundial debido a, entre otros factores, el incremento en el consumo de Internet.

No obstante, no se advierte que la explicación referente a la evolución de los ingresos por publicidad del AEPR aporte mayores datos que puedan estar directamente relacionados con que no se deban modificar las medidas y por el que se deba replantear un cambio, o bien, deban quedar sin cambios las medidas debido a que, como lo señala el AEPR, sean cargas adicionales para ellos.

Asimismo, es de resaltar que como lo señala en las gráficas, sin bien los ingresos de medios digitales está en crecimiento, los ingresos por publicidad en el STR representan entre el 80% y 90% los ingresos totales, porcentaje bastante representativo.

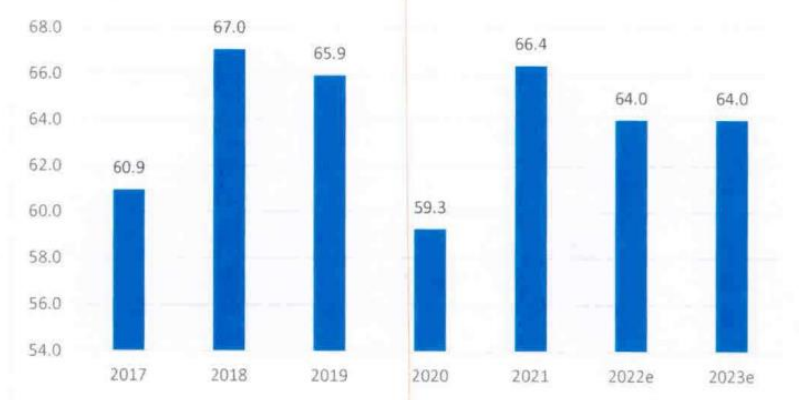
Respecto a la pregunta del numeral “5”:

5. Que explique el perito cuál es la participación del AEPR en el mercado de publicidad y las razones por las que dicha participación no le permite afectar las condiciones de competencia y libre concurrencia en radiodifusión, o afectar a terceros en telecomunicaciones y otros sectores.

Respuesta del perito:

Los ingresos por publicidad del AEPR en el STR del total de ese servicio representaron 60.9 por ciento en 2017 y 64.0 por ciento en 2022; se estima mantengan ese nivel en 2023.

Participación de los ingresos por publicidad del AEPR por el STR en el total del STR
(porcentaje)



Fuente: Estudio Valor Total Media y GTV. Estimación de 2023 con base en el presupuesto del AEPR.

Sin embargo; lo más relevante es que la participación del AEPR en la comercialización de espacios publicitarios total se mantuvo en niveles bajos y decrecientes entre 2017 y 2022. Esta participación **Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales**. Si se toman como referencia sólo los ingresos de publicidad de AEPR en el STR,

Hechos de carácter económico y jurídico de las personas morales

Participación de los ingresos por publicidad del AEPR total y en STR en la inversión total en publicidad
(porcentaje)



Fuente: Estudio Valor Total Media y GTV. Estimación de 2023 con base en el presupuesto del AEPR.

Este nivel de participación del AEPR en la comercialización de publicidad no le permite afectar las condiciones de competencia y libre concurrencia en el sector de radiodifusión o favorecer indebidamente a empresas que lo integran en perjuicio de terceros, incluyendo en el sector de telecomunicaciones. Como referencia, la participación de Meta en la publicidad en línea en México en 2021 fue de 45.58 por ciento de acuerdo con el IFT, lo que representaría una participación en la inversión total en publicidad 25.6 por ciento, significativamente más alta que la del AEPR.

Consideraciones del Instituto:

De la respuesta otorgada, se advierte que la información presentada no contiene conclusiones que demuestren cuáles son los hechos por la cuales justifique que la participación del AEPR en el mercado de publicidad no le permite afectar las condiciones de competencia y libre concurrencia en radiodifusión, o afectar a terceros en telecomunicaciones y otros sectores competencia y libre concurrencia.

Lo anterior, toda vez que la misma respuesta plantea una comparación entre dos empresas que compiten en el STAR, pero no en el STR y señala que el nivel de ingresos por publicidad se mantuvo estable en 2023 respecto a 2022. Por un lado, si bien se ha señalado que el sector está cambiando y el mismo Instituto reconoce estos cambios, tampoco es ideal para el análisis realizar comparaciones entre sectores que no compiten por el mismo mercado. Por otro lado, el hecho de que la inversión sea estable es un indicio de que el sector sigue manteniendo su posicionamiento, ya que no se observa una caída representativa en la inversión, por el contrario, como bien lo señala el perito, se mantuvo constante en 2022 y 2023.

Por lo anterior, tanto la pregunta como la respuesta no encuentra funcionalidad para detectar cual es la propuesta a fin de que se reconsideren los planteamientos de las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas.

En relación con la pregunta “6”, señala lo siguiente:

6. Que explique el perito cuál ha sido la tendencia del consumo de contenidos audiovisuales por Internet y el impacto en la comercialización de espacios publicitarios.

Respuesta del perito:

No puede obviarse el hecho de que los proveedores del STR en general y el AEPR en particular, han estado enfrentando una gran competencia en el consumo de contenidos audiovisuales a través de otras plataformas, especialmente a través de Internet, y por lo tanto por los ingresos por concepto de publicidad. Una evidencia de lo anterior es el crecimiento de las personas que consumen contenidos audiovisuales por Internet en México, que pasó de 43 por ciento a 53 por ciento entre 2017 y 2022 de acuerdo con la Encuesta Nacional de Consumos Audiovisuales del IFT para esos dos años. De acuerdo con la Encuesta, las plataformas más utilizadas para consumir contenidos de video en Internet por porcentaje son las siguientes: YouTube 73 por ciento; Netflix 46 por ciento; Facebook / Facebook live 24 por ciento; Tiktok 23 por ciento; Disney+ 11 por ciento; y Amazon Prime video 8 por ciento.

Además, en un estudio reciente se indica que alrededor de 35 millones de mexicanos mayores de 18 años están consumiendo crecientemente video en línea través de televisión conectada (CTV, por sus siglas en inglés), lo que lo hace un medio cada vez más atractivo para ofertar de productos y servicios. Esto se refleja en el hecho de que plataformas como Netflix, HBO Max, Disney+ y, a partir de 2024 Prime Video, estén ofreciendo suscripciones con descuento por mostrar anuncios. A esto hay que agregar los contenidos audiovisuales gratuitos en plataformas como YouTube y las páginas en línea cuya principal fuente de ingresos es la publicidad.

Consideraciones del Instituto:

La pregunta y la respuesta dada por el perito no ofrecen valor para entender la visión del AEPR en relación con que los cambios a la medida afecten al preponderante, ya que no presentan información relacionada con publicidad del STR, que es el servicio que nos ocupa.

La pregunta y respuesta están enfocadas únicamente al crecimiento de la publicidad en los medios digitales y de video en línea través de televisión conectada, sin relacionar o presentar información referente a la publicidad a través del STR.

Por lo anterior, dada su generalidad, no existe claridad sobre qué parte del Oficio de Inicio se busca controvertir, o bien, qué información se pretende plantear a fin de que se reconsideren los planteamientos de las medidas notificadas.

La pregunta en el numeral “7” señala:

7. Que explique el perito, en resumen, las razones por las que el AEPR no mantiene ni mantendrá un fuerte posicionamiento en la comercialización de espacios publicitarios que justifique a la medida de preponderancia Vigésima primera del AEPR.

Respuesta del perito:

En resumen, las razones por las que el AEPR no mantiene ni mantendrá un fuerte posicionamiento en la comercialización de espacios publicitarios que justifique la medida de preponderancia Vigésima primera son las siguientes: a) la participación del AEPR en el STR se está reduciendo, b) con el avance de las telecomunicaciones y la tecnología, las estrategias de publicidad han estado haciendo un uso creciente de los medios digitales en detrimento del resto de los otros medios, c) la participación de la inversión en publicidad en el STR se está reduciendo, lo que es una tendencia mundial, d) los diferentes medios de publicidad son complementarios en cantidad pero fuertes sustitutos en precio, e) las actividades de la publicidad en lo que el IFT denomina medios tradicionales inciden en las condiciones de competencia de los medios digitales y viceversa, f) los ingresos totales de publicidad del AEPR se mantienen estables en términos nominales pero decrecientes en reales; y g) la participación del AEPR en la comercialización de espacios publicitarios es baja y muestra una tendencia decreciente, lo no le permite afectar las condiciones de competencia y libre concurrencia en radiodifusión, o afectar a terceros en telecomunicaciones y otros sectores.

Consideraciones del Instituto:

La respuesta presentada en esta pregunta carece de argumentos que se relacionen con las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas en el Oficio de Inicio, pues únicamente enlista los elementos que se señalaron en las preguntas de los numerales anteriores del dictamen pericial en materia de economía, los cuales, como se han analizado, no han aportado elementos fehacientes y lo suficientemente fuertes para reconsiderar los planteamientos de las medidas notificadas. Asimismo, es de señalar que la participación del AEPR en el STR (en términos rating e ingresos en la publicidad) se mantuvo estable en de 2017 a 2022 y en niveles por encima de 60%.

Sobre la pregunta del numeral “8”:

8. Que explique el perito cuál es el propósito de la medida Décima Novena de la Resolución de Preponderancia y cómo contribuye la provisión de canales de programación de manera desagregada a lograr dicho propósito.

El propósito de la medida Décima Novena de la Resolución de Preponderancia en Radiodifusión es que el AEPR ofrezca sus canales de programación a terceros y para plataformas distintas al servicio de televisión radiodifundida (STR), como el Servicio de Televisión y Audio Restringidos u OTT (por sus siglas en inglés, over-the-top) de forma no discriminatoria y desempaquetada por localidad. Es decir, el primer párrafo de la medida obliga al AEPR a ofrecer sus canales de programación a terceros en los mismos términos y condiciones que los que ofrece a sus filiales o subsidiarias para alguna plataforma tecnológica distinta al STR, lo anterior, independientemente de la localidad donde se ofrezcan los canales. El segundo párrafo complementa al primero al establecer que si el AEPR ofrece dos o más canales de programación, los debe ofrecer también de manera individual al tercero que se lo solicita.

El origen de la desagregación de canales es el no forzar a los contratantes de dichos canales a adquirir un paquete para su conjunto de clientes, independientemente de la localidad donde se encuentren. Por tanto, no se justifica la desagregación por localidad.

Consideraciones del Instituto:

El propósito de la medida Décima Novena, de conformidad con lo señalado en la Resolución de Preponderancia, es que el AEPR no se aproveche de su posición dominante en el sector, utilizando las señales que posee y que son susceptibles de ser radiodifundidas, a efecto de crear ventajas exclusivas para sí mismo o que generen el desplazamiento de otros competidores creando una afectación a la competencia. De esta forma se observa que, en primera instancia, la respuesta del perito no va de acuerdo con lo señalado en la Resolución de Preponderancia y, al mismo tiempo, la respuesta no sirve para refutar las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas en el Oficio de Inicio.

La pregunta en el numeral "9" señala:

9. Que explique el perito si es correcto decir que el nivel de desagregación geográfico es el que permite adecuar las ofertas programáticas a las preferencias de los usuarios finales.

Respuesta del perito:

La desagregación de canales a nivel de localidad para beneficiar a los usuarios finales carece de sustento en virtud de que los canales del AEPR a desagregar geográficamente son de carácter "nacional" por lo que no tiene sentido hacerlo por localidad.

Llevando al extremo el argumento de desagregar los canales a nivel de localidad para beneficiar a los usuarios finales, esto significaría que el nivel de desagregación más propicio para adecuarse a las preferencias del consumidor es ofrecer desagregación por suscriptor y emigrar a un contenido "a la carta" tipo pago por evento. Obviamente, esto implicaría un significativo encarecimiento del servicio de televisión de paga ya que el

consumidor final perdería el acceso a las fuertes economías de escala que se derivan de la conformación de paquetes de programación y de su distribución.

Una oferta totalmente desagregada por hogar elevaría el costo para todos y cada uno de los suscriptores. En efecto, el consumidor se beneficia de las economías de escalas derivadas de la venta regional en forma empaquetada y del precio único para todos los suscriptores. El precio ofrecido por los canales abiertos depende del número de posibles televidentes que generan ingresos publicitarios: a mayor número de televidentes por región de cobertura, menores el precio. El precio también depende de la disposición a pagar de los suscriptores: a mayores beneficios de tener acceso a un canal, mayor precio. La imposibilidad de conocer las preferencias reveladas de cada uno de los suscriptores, así como de la agregación de ellos en un hogar, lleva a ofrecer canales de manera empaquetada a un precio más asequible para todos para los suscriptores de un proveedor. Tener una base de suscriptores mucho más amplia y no para cada localidad, permite ofrecer el servicio a todas a un precio mucho más asequible.

Consideraciones del Instituto:

El objeto de las medidas relacionadas con la oferta de canales de programación es dar claridad respecto al término desagregado así como tener certeza respecto a los términos y condiciones en la que los canales de programación son ofrecidos, por lo que la respuesta a la pregunta de GTV-Televisa, se toma en consideración para el análisis de la Medida correspondiente, en virtud de que dichas modificaciones están enfocadas a que la desagregación de los Canales de Programación se den a nivel localidad, permitiendo que tengan el alcance deseado dado que en el Análisis en Materia de Competencia se advierte que la adquisición de canales en forma desagregada ha sido muy limitada, además de que la medida no precisa el alcance de la obligación de ofrecer Canales de Programación de forma desagregada, es decir, si los concesionarios del STAR podrían solicitar acceso a señales del STR a nivel de localidad para retransmitirlas únicamente en aquellas localidades (“zona de sombra”) donde no tienen acceso a los canales del AEPR mediante las obligaciones de acceso y retransmisión.

La pregunta “10” del dictamen pericial señalado, dice lo siguiente:

10. Que explique el perito cuáles son las limitaciones económicas y tecnológicas que impiden que se desagregan las señales a un nivel de división política específica (localidades).

Respuesta del perito.

El empaquetamiento geográfico está también sujeto a fuertes economías de escala producto de su forma de distribución por medio de servicios de satélite. Los canales de programación se envían a nivel nacional el AEPR por satélite para transmitirse desde y hacia la cabecera en una red HFC (*Hybrid Fiber Coaxial*) para su distribución. Dicha

cabecera de red no corresponde a la división por localidades que exige la medida de preponderancia; la cabecera en una red HFC puede abarcar más de una localidad.

Consideraciones del Instituto

En relación tanto con la pregunta, así como con la respuesta dada por el perito, se advierte que, la desagregación de las señales a un nivel de división política implica ciertas limitantes que se tomarán en cuenta para reconsiderar los planteamientos de las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas. Por otro lado, se advierte que la oferente no señaló cuáles son las conclusiones del perito que demostraban sus manifestaciones.

Valoración de la Pericial en Publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines consistente en el dictamen rendido por [Nombre de persona física], perito en Radiodifusión y Telecomunicaciones, designado por GTV-Televisa en el Escrito de Manifestaciones.

CUESTIÓN PREVIA

Previo a valorar las respuestas al cuestionario provistas por el perito de GTV-Televisa en materia de Publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines, es importante señalar que para que una prueba pericial pueda cumplir su objetivo, las preguntas del cuestionario deben tener relación con el proyecto de medidas impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión y ser tales que sus respuestas permitan a este Pleno del Instituto contar con explicaciones necesarias propias de los hechos que se pretenden probar.

En esa virtud, se estima que las preguntas 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 de la pericial en materia de radiodifusión, telecomunicaciones y tecnologías afines, no se encuentran vinculadas con las modificaciones adiciones y supresiones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas, particularmente, con las Medidas relacionadas con publicidad, por lo cual no genera ánimo para demostrar un deterioro irreversible en las condiciones de competencia del mercado en que opera el AEPR, por las razones que, en síntesis, se exponen en la tabla que a continuación se detalla.

Tabla 5.

Preguntas	La pregunta no es idónea para demostrar que las condiciones de mercado que se determinaron en su momento al AEPR han cambiado, toda vez que
1. Que explique el perito cuáles son las tendencias actuales en el mercado publicitario.	No guarda relación con las propuestas de medidas de

	publicidad de manera específica.
2. Que explique el perito cómo ha evolucionado la publicidad digital en los últimos años y cuáles son sus perspectivas de crecimiento y el efecto que esto tendrá en la televisión radiodifundida.	No guarda relación con las propuestas de medidas de publicidad de manera específica.
3. Que explique el perito qué papel juega la publicidad programática en la industria publicitaria actual.	No guarda relación con las propuestas de medidas de publicidad de manera específica.
4. Que explique el perito cuáles son los desafíos específicos que enfrentan los anunciantes y la televisión radiodifundida en un entorno publicitario cada vez más digitalizado.	No guarda relación con las propuestas de medidas de publicidad de manera específica.
5. Que indique el perito si un solo agente económico o los miembros del Agente Económico Preponderante en Radiodifusión tienen la capacidad de ejercer influencia para modificar las condiciones del mercado de la publicidad.	No guarda relación con las propuestas de medidas de publicidad de manera específica.
6. Que explique el perito cuáles son los efectos que anticipa sucedan si se impone una carga regulatoria mayor al Agente Económico Preponderante en Radiodifusión en materia de publicidad, tal como se piensa hacer en el proyecto de nuevas medidas que tuvo a su disposición en preparación para este cuestionario.	No guarda relación con las propuestas de medidas de publicidad de manera específica.
7. Que explique el perito la razón de su dicho.	No guarda relación con las propuestas de medidas de publicidad de manera específica.

Dictamen pericial en materia de Publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines, presentado de manera digital el 8 de diciembre de 2023, ante el correo electrónico de la Oficialía de Partes del Instituto, y físicamente en la oficialía de partes del Instituto el día 11 del mismo mes y año registrado con número de folio 032127, rendido por **Nombre de persona física** perito en materia de Publicidad en Radiodifusión, Telecomunicaciones y Tecnologías afines designado por GTV-Televisa.

Medida(s), considerando(s) del Oficio de Inicio y/o hecho(s) con que se relaciona:

Con los argumentos hechos valer por GTV-Televisa, contenidos en los numerales (B) Análisis del contenido de las modificaciones y adiciones a las Medidas regulatorias del AEPR propuestas en los Oficios, (XI) **Medidas relacionadas con publicidad.**

Objeto de la prueba: acreditar desde una perspectiva técnica y de mercado las implicaciones que la modificación a las medidas en materia de Publicidad, podrían generar sobre la dinámica de la industria y el bienestar social al generar un deterioro irreversible en las condiciones de competencia del mercado en que opera el AEPR, reduciendo consigo el bienestar de los mexicanos.

Por lo que hace a la pregunta contenida en el numeral “1”:

1. Que explique el perito cuáles son las tendencias actuales en el mercado publicitario.

Respuesta del perito:

El “mercado publicitario” es el espacio en el que se ofrecen servicios publicitarios a través de una diversa gama de medios, como televisión, radio, prensa, plataformas digitales, entre otros. Más estrictamente, el mercado relevante por pauta publicitaria comprende el conjunto de medios de comunicación que ejercen suficiente presión competitiva entre sí en la oferta de espacios publicitarios para los anunciantes. Como se desarrollará más adelante, definirlo correctamente es fundamental para analizar las dinámicas de competencia en mercados adyacentes a este, como bien es el caso del mercado por contenido audiovisual, como el que atañe al dictamen en cuestión.

Así, el grado de presión competitiva que define el mercado relevante está determinado por la percepción de sustituibilidad que tienen los anunciantes frente a las diferentes alternativas para divulgar su contenido, que a su vez depende de la capacidad del medio para recibir y distribuir mensajes publicitarios con el objetivo de llegar a potenciales clientes y promover productos, servicios o ideas. Naturalmente, esta capacidad es mutable en el tiempo y, como tal, el mercado publicitario es altamente dinámico, emergiendo continuamente nuevos competidores, y desapareciendo otros, en respuesta de las últimas tendencias en materia de mercadeo y de los cambios en las preferencias de los consumidores.

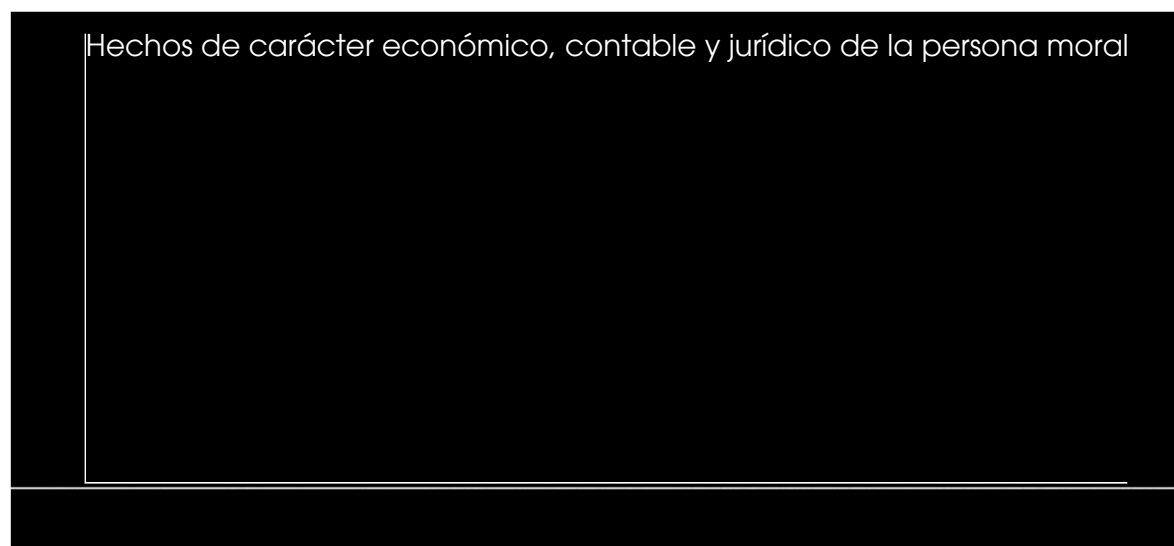
En el contexto actual, los oferentes concurrentes en el mercado publicitario agrupan a: (i) la televisión, (ii) la radio, (iii) los periódicos, (iv) las revistas, (v) las vallas publicitarias, (vi)

el teléfono fijo, (vii) el cine; (viii) los buscadores, (ix) el correo electrónico, (x) las redes sociales, (xi) los sitios web y, (xii) la transmisión de contenido audiovisual bajo demanda.

Respecto a los medios de los incisos (i) al (vii), tienen capacidad para llegar a audiencias masivas, pero se caracterizan por una comunicación unidireccional en la que la información fluye del anunciante al público sin posibilidad de interacción en tiempo real, y con menores posibilidades para una adecuada segmentación y perfilamiento del público objetivo.

Por otro lado, los medios de los incisos (viii) al (xii) tienen capacidad para facilitar la interacción bidireccional, en tiempo real, entre el anunciante y el público; los usuarios no solo consumen contenido, sino que también participan activamente en su creación y distribución. Además, gracias al uso de herramientas avanzadas de análisis de datos, los anunciantes pueden dirigirse de manera precisa a los segmentos de consumidores que desean atender.

Bajo este entendido, al estudiar el comportamiento del mercado publicitario a nivel global durante el último lustro, se evidencia un marcado crecimiento en la participación de los medios digitales en el total del gasto en pauta, a expensas de medios como la televisión, tal como lo muestra la Figura 1. En efecto, la categoría que agrupa las principales alternativas de pauta a través de medios digitales pasó de concentrar el **Hechos de carácter económico, jurídico y contable de la persona moral**. En contraposición, medios como la televisión, prácticamente redujeron su participación de mercado a la mitad, pasando de un 29% en 2017 a un 17% a cierre de 2022.



Son varias las razones que explican esta marcada recomposición en favor de los medios digitales. En primer lugar, la penetración del Internet (móvil y fijo) ha venido incrementando aceleradamente, de acuerdo con la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), se ha alcanzado los 5.3 billones de usuarios a 2022, lo que representa aproximadamente el 66% de la población mundial (ver Figura 2).

Esto, naturalmente, ha implicado un mayor alcance para los medios digitales, devaluando consigo el principal atractivo de medios como la televisión lineal.

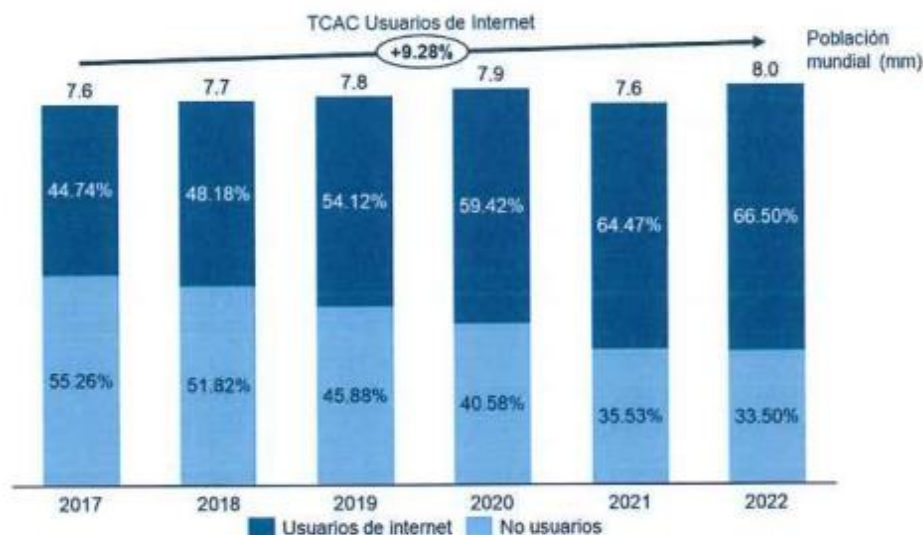


Figura 2 Penetración de internet (móvil y fijo) a nivel mundial [Fuente: Elaboración propia a partir de UIT, 2023]

En segunda medida, se ha observado un aumento sostenido en la cantidad de tiempo que las personas dedican a los medios digitales. Según DataReportal, los usuarios de Internet pasan un promedio de 6 horas y 40 minutos al día en línea. Este aumento en la exposición de los consumidores a los medios digitales conlleva una reducción en los costos de interactuar, al menos una vez, con el usuario objetivo, lo cual hace que los espacios digitales sean más atractivos para los anunciantes.

En tercer lugar, los medios digitales ofrecen una interacción activa con los usuarios, permitiéndoles no solo consumir contenido, sino también involucrarse en su creación y difusión. Esta dinámica genera una mayor fidelización hacia las marcas y, sobre todo, una mayor efectividad de los mensajes publicitarios, incrementando el retorno de los anunciantes por cada peso invertido.

Consideraciones del Instituto:

La pregunta y respuesta del perito proporcionan información útil para entender, a manera general, el escenario de todos los medios que agrupan la oferta actual de espacios publicitarios. Sin embargo, dicha respuesta no explica la relación directa que se tiene con las modificaciones, adiciones y supresiones de las medidas notificadas en el Oficio de Inicio, y no se considera información que impacte específicamente en la modificación de estas.

Respecto a la pregunta número “2”, señala:

2. Que explique el perito cómo ha evolucionado la publicidad digital en los últimos años y cuáles son sus perspectivas de crecimiento y el efecto que esto tendrá en la televisión radiodifundida.

Respuesta del perito:

La publicidad digital se destaca por su versatilidad y capacidad de adaptación en tiempo real, apalancándose en sofisticados algoritmos de perfilamiento (como las denominadas cookies) para maximizar el valor del contenido presentado al consumidor y, consigo, la probabilidad de alcanzar el objetivo del anunciante (ver apartado referente a la publicidad programática). A su vez, la capacidad de medir y analizar en detalle los resultados de las estrategias publicitarias brinda información valiosa para su optimización continua.

La pandemia de la Covid-19 fue una catalizadora de estas transformaciones. El confinamiento y las limitaciones al desplazamiento e interacción social aceleraron el declive de la efectividad de los canales tradicionales de publicidad, lo que forzó a las marcas y agencias a replantear sus estrategias publicitarias en favor de los espacios digitales. Además, esta crisis resaltó la trascendencia de la responsabilidad social en la publicidad y promovió un enfoque más orientado hacia los datos para adecuarse a las cambiantes preferencias del consumidor.

Estas tendencias globales no han sido ajenas a Sudamérica, en donde también se ha presentado una reconfiguración significativa en el gasto publicitario durante el último quinquenio. Como en el resto del mundo, la televisión ha dejado de ocupar la posición dominante que solía tener entre los anunciantes, dándole paso a los medios digitales, cuya participación en el gasto publicitario en la región pasó del

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

El comportamiento que ha exhibido el mercado por pauta publicitaria en México se sitúa en un punto medio entre lo que ha sido la tendencia global y la regional: en América Latina, la televisión ha perdido su rol protagónico, cayendo su participación [REDACTED]

[REDACTED] Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

[REDACTED] pero no en la misma magnitud del mercado mundial.

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

Dentro del declive de la pauta a través de televisión en el mercado mexicano, es de destacar que el servicio de televisión radiodifundida (STR) que recogía [REDACTED] Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral se ha visto particularmente afectado, como lo constatan los datos presentados por el mismo Instituto, pues en el 2017 el STR representaba 34.5pp de los 47pp de televisión.

Se espera que esta recomposición del mercado publicitario en pro de los medios digitales, tanto en México como en el resto del mundo, se profundice aún más, en respuesta a una serie de innovaciones y transformaciones que atraviesa la industria: la Inteligencia Artificial (IA), el Internet de las Cosas (IoT) y la Realidad Aumentada (RA). Por un lado, la IA cada vez hará parte de más esferas de la vida cotidiana de los consumidores de contenido y, por el lado de los anunciantes, desempeñará un papel crucial al permitir la personalización precisa de los mensajes publicitarios y la automatización eficiente de las campañas, lo que mejora la efectividad de sus estrategias. De forma similar, el IoT habilita la publicidad contextual en tiempo real al conectar dispositivos cotidianos y proporcionar datos valiosos sobre los consumidores, esto permite a las empresas ofrecer anuncios relevantes y oportunos. Finalmente, la RA redefine la interacción con los consumidores al proporcionar experiencias inmersivas en la publicidad. Esto significa que los anuncios ya no son mensajes estáticos, sino experiencias interactivas que involucran al espectador de una manera única.

Uno de los principales precursores, si no es que el principal, de esta gran revolución en materia de pauta digital es la publicidad programática. Apalancada en el crecimiento exponencial de la capacidad de almacenamiento y procesamiento de datos que se ha dado desde el inicio de la década de los 90s, las plataformas de interacción digital han sido capaces de masificar, y a la vez personalizar, los anuncios publicitarios a un nivel que no era posible aspirar antes, como se desarrolla a continuación.

Consideraciones del Instituto:

La respuesta del perito está enfocada en explicar el crecimiento de la publicidad en los medios digitales. Si bien el Instituto reconoce que debido al contexto mundial actual este medio está en crecimiento, también reconoce:

- 1) los medios digitales y tradicionales son complementarios (a través de la Publicidad en línea, los Anunciantes pueden dirigirse con precisión a una audiencia conocida y concretar la compra de un bien o servicio; por su parte, a través de la Publicidad tradicional pueden darse a conocer de manera masiva, reforzar el conocimiento de sus productos o servicios y brindar confianza a los consumidores);
- 2) que el cambio respecto al uso de la publicidad digital, es paulatino principalmente por la importancia y crecimiento de la penetración del Internet, sin embargo, estos aún no dominan el mercado de publicidad. En ese sentido, los medios digitales solo son aplicables para aquellos usuarios con acceso a Internet, y no así para toda la población del país.
- 3) que existe relación entre los medios digitales y los servicios de Telecomunicación y Radiodifusión, ya que la venta de espacios publicitarios en medios digitales requiere de las redes de telecomunicaciones de Internet; sin éstas, la publicidad en línea no sería posible; y que algunos proveedores de TV Abierta, Radio o STAR integran a sus servicios la venta de espacios publicitarios en medios digitales (como el AEPR), entre otras, y
- 4) el STR sigue siendo el principal medio de información y comunicación relevante en México (en el que el AEPR tiene una importante participación).

Al respecto, la respuesta a la pregunta no aporta información con la cual el Instituto pueda cambiar el sentido de las modificaciones a las medidas notificadas en el Oficio de Inicio en virtud de que la medida propuesta advierte la relación complementaria entre medios digitales y tradicionales.

El numeral “3” de las preguntas, señala:

3. Que explique el perito qué papel juega la publicidad programática en la industria publicitaria actual.

Repuesta del perito:

La publicidad programática es un tipo de publicidad digital que hace uso de tecnología avanzada para automatizar tanto la compra como la venta de espacios publicitarios. Este enfoque se vale de algoritmos y análisis de datos para identificar y exhibir anuncios de manera precisa a la audiencia adecuada, en el momento oportuno, incrementando la eficacia de las estrategias publicitarias. Asimismo, la publicidad programática abarca una amplia gama de medios digitales, incluyendo la web (motores de búsqueda, páginas de consulta con pauta nativa, etc.), dispositivos móviles, aplicaciones de audio y video, redes sociales, entre otros. En cuanto a los métodos de compra, la publicidad programática ofrece varias opciones, como la subasta en tiempo real, la garantía programática, los mercados privados y acuerdos preferenciales.

Entre las características de la publicidad programática se encuentran la automatización y agilización de procesos, la personalización de anuncios, la segmentación precisa de audiencias, la medición en tiempo real del rendimiento del anuncio, la promoción de la transparencia, el control de inventario, la colocación estratégica de anuncios, la flexibilidad en la asignación de presupuestos y la optimización de los resultados.

La publicidad programática ha experimentado una notable evolución desde sus inicios en la década de 1990 hasta su estado actual en el campo de la publicidad digital. En esta sección, se analizará esta evolución y se explorará cómo funciona la publicidad programática en la actualidad.

Los antecedentes de la publicidad programática

La historia de la publicidad programática se remonta a finales de los años 90, cuando surgieron las redes de publicidad en línea. Estas redes se crearon con el propósito de conectar a los anunciantes con los programadores, ofreciendo una plataforma donde los anunciantes podían colocar anuncios en múltiples sitios web. Sin embargo, en esa época, el modelo de compra de anuncios en estas redes aún era tradicional, basado en tarifas fijas por impresiones publicitarias. Este enfoque se reveló ineficiente, ya que los anunciantes podían estar pagando por espacios publicitarios que no alcanzaban a su audiencia objetivo.

El auge de la segmentación y personalización

Para abordar la ineficiencia en la publicidad en línea, se introdujo la segmentación basada en el comportamiento del usuario, sentando las bases para la aparición de la publicidad programática. La segmentación comportamental utilizaba datos sobre el comportamiento del usuario para entregar anuncios más relevantes a sus intereses y necesidades. Esto marcó el comienzo de la era de la publicidad programática.

La revolución del real-time bidding (RTB) y la publicidad programática directa

La verdadera transformación de la publicidad programática se produjo en la década de los 2000 con la llegada de la tecnología de subasta en tiempo real (RTB, por sus siglas en

inglés). El RTB permitió a los anunciantes ofertar en tiempo real por el inventario publicitario a medida que se volvía disponible en diversos sitios web y aplicaciones. En lugar de adquirir inventario publicitario en grandes bloques, los anunciantes podían comprar impresiones individuales mediante subastas, basadas en su percepción del valor. Esto les dio la capacidad de dirigirse a audiencias altamente específicas con mayor precisión y en función de diversos factores, como demografía, comportamiento de navegación y ubicación. Otro desarrollo paralelo fue el de la publicidad programática directa. Este enfoque permitió a los anunciantes comprar inventario publicitario directamente de los programadores, sin pasar por una bolsa de anuncios u otro intermediario.

La evolución continua de la publicidad programática

Desde la introducción del RTB, la publicidad programática ha seguido evolucionando. Se han introducido nuevos formatos de anuncios y capacidades de segmentación, lo que ha permitido llegar a audiencias altamente específicas con mayor precisión.

Uno de los desarrollos más significativos ha sido el uso de la inteligencia artificial (IA) para analizar grandes cantidades de datos y optimizar las campañas publicitarias. La IA automatiza muchos de los procesos involucrados en la publicidad programática, incluyendo subastas digitales, segmentación y optimización creativa.

Además, la publicidad programática se ha expandido a canales emergentes como la televisión conectada (CTV) y la publicidad digital fuera del hogar (DOOH), lo que brinda nuevas oportunidades para llegar a audiencias en contextos y entornos diferentes. La publicidad fuera de línea ahora incluye anuncios en tableros 3D, anuncios gráficos interactivos y mucho más. Estos anuncios pueden llegar a las personas mientras viajan en autobús, se dirigen al trabajo o visitan una tienda, espacios donde previamente eran libres de la publicidad.

Riesgos actuales y potencia/es de la publicidad programática

A continuación, se exponen ciertos riesgos significativos asociados a la publicidad programática, los cuales tienen un impacto tanto en los anunciantes como en los consumidores.

Privacidad y protección de datos

La publicidad programática utiliza datos de los usuarios para segmentar y personalizar anuncios, lo que puede plantear preocupaciones sobre la privacidad y la protección de datos. Los anunciantes pueden recopilar grandes cantidades de datos personales de los usuarios, incluyendo información sobre su comportamiento en línea, intereses y preferencias. Si estos datos se utilizan de manera inapropiada o se comparten con terceros sin el consentimiento del usuario, puede haber graves consecuencias para la privacidad y la seguridad de los datos personales.

Sesgo y Discriminación

La publicidad programática utiliza algoritmos para segmentar y personalizar anuncios, lo que puede plantear preocupaciones sobre el sesgo algorítmico. Si los algoritmos se basan en datos sesgados o incompletos, podrían generar distorsiones importantes en el consumo de contenidos, productos y servicios. Por ejemplo, si los datos históricos muestran que los hombres son más propensos a hacer clic en anuncios de tecnología, los anuncios- y por ende productos - de tecnología pueden ser dirigidos principalmente a hombres, lo que resulta en la exclusión de mujeres. De esta manera, errores algorítmicos pueden tener repercusiones significativas para la sociedad.

Características de la publicidad programática

Como se evidenció anteriormente en este dictamen, la publicidad tradicional está experimentando un desplazamiento notable a manos de los medios digitales, los cuales se han apalancado de la publicidad programática para ganar parte de su participación de mercado. Entre 2017 y 2022, la demanda de publicidad programática creció a un CAGR (tasa de crecimiento anual compuesta) de 21.3%, mientras que la publicidad televisiva decreció en el mismo periodo. Para México, se ven resultados similares, tal que de 2017 a 2021 se evidenció un CAGR de 22.5% para publicidad programática, mientras que la publicidad televisiva decreció a una tasa de -6.89% anual compuesta.

A continuación, se examinan algunos de los factores clave que explican este cambio significativo en favor de la publicidad programática.

Segmentación y personalización

La publicidad programática ofrece una ventaja competitiva a los medios digitales sobre los demás medios, entre el más afectado, el de la radiodifusión, al permitir una segmentación altamente precisa de la audiencia y la personalización de los anuncios. Mientras que la publicidad tradicional busca alcanzar a una amplia audiencia, la programática puede enfocarse en usuarios específicos, apalancándose del conocimiento de los intereses, comportamientos y perfiles demográficos que han podido recolectar libremente.

Medición en tiempo real

La publicidad programática goza de una ventaja inmediata al tener acceso a la medición en tiempo real de los resultados de una campaña publicitaria. Los anunciantes pueden rastrear y analizar el rendimiento de sus anuncios a medida que se ejecutan, lo que les brinda información instantánea sobre qué estrategias funcionan y cuáles necesitan ajustes. Esta capacidad de adaptación en tiempo real.

Cambios en los hábitos de consumo mediático

Los hábitos de consumo de contenido audiovisual se han transformado considerablemente en la era digital. Las tasas de reposición de los equipos terminales están en su pico, el

portafolio de contenido bajo demanda en múltiples plataformas en líneas no cesa de crecer y, en general, las alternativas de entretenimiento e información para el consumidor mediano parecieran ser ilimitadas y altamente dinámicas. En este entorno cambiante, medios como la televisión han tenido que adaptarse para mantener su relevancia.

Tendencias actuales y tecnología

La publicidad programática está en constante evolución, adoptando nuevas tecnologías como la inteligencia artificial y el aprendizaje automático para intensificar el aprovechamiento de los datos personales de los consumidores. Por ejemplo, la inteligencia artificial puede analizar el comportamiento del usuario en tiempo real y adaptar la entrega de anuncios en función de sus preferencias y acciones previas.

Control y optimización

La publicidad programática otorga a los anunciantes un mayor control sobre el inventario y el emplazamiento de los anuncios. Los anunciantes pueden seleccionar los sitios web, aplicaciones y plataformas donde desean que se muestren sus anuncios. Además, la capacidad de medición en tiempo real facilita la optimización continua de las estrategias publicitarias.

Conclusión

En resumen, la publicidad programática y otros canales digitales están desplazando gradualmente a los esquemas de publicidad actuales debido a una serie de factores relacionados a la efectividad, la eficiencia y la adaptabilidad de las estrategias publicitarias.

La capacidad de segmentación precisa, la medición en tiempo real, la adaptación a los cambios en los hábitos de consumo mediático, la automatización, el ahorro de tiempo y recursos, la adopción de tecnologías emergentes, y el control y la optimización son todos aspectos que hacen que la publicidad programática se esté apoderando cada vez más del mercado publicitario a escala global.

Consideraciones del Instituto

El Instituto reconoce que el avance tecnológico ha hecho que los medios digitales estén en crecimiento respecto a otros medios.

No obstante, la respuesta expedida por el perito consiste en señalar la historia, características, evolución, auge, entre otros, de la publicidad programática (la cual es una forma particular de contratación de publicidad digital), por lo que la respuesta está relacionada con las medidas notificadas en el Oficio de Inicio.

Asimismo, se puede destacar lo señalado por el perito, cuando menciona que la publicidad a través de la televisión radiodifundida ha tenido que encontrar las formas de adaptarse para mantener su relevancia.

Esta oración tiene su relevancia ya que, en relación con la motivación de las medidas de publicidad, confirma que el STR sigue siendo un medio relevante, en el que, por otro lado, el AEPR sigue manteniendo un alto posicionamiento.

Por lo que hace a la pregunta contenida en el numeral “4” la cual señala:

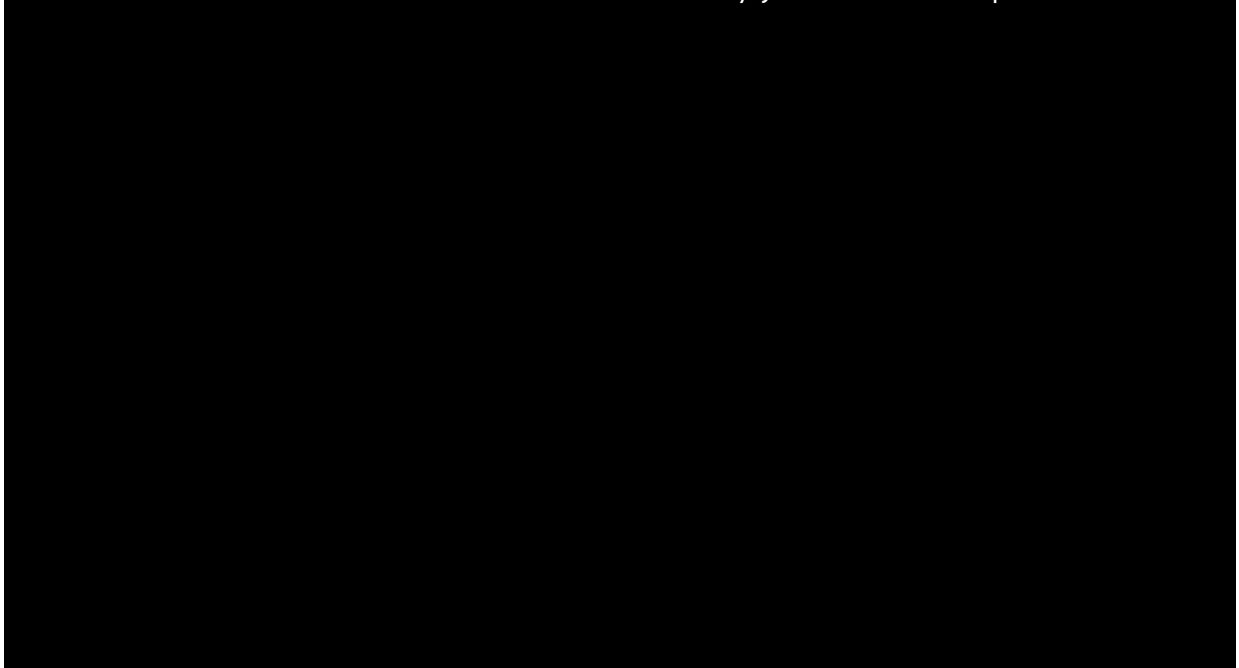
4. Que explique el perito cuáles son los desafíos específicos que enfrentan los anunciantes y la televisión radiodifundida en un entorno publicitario cada vez más digitalizado.

Respuesta del perito:

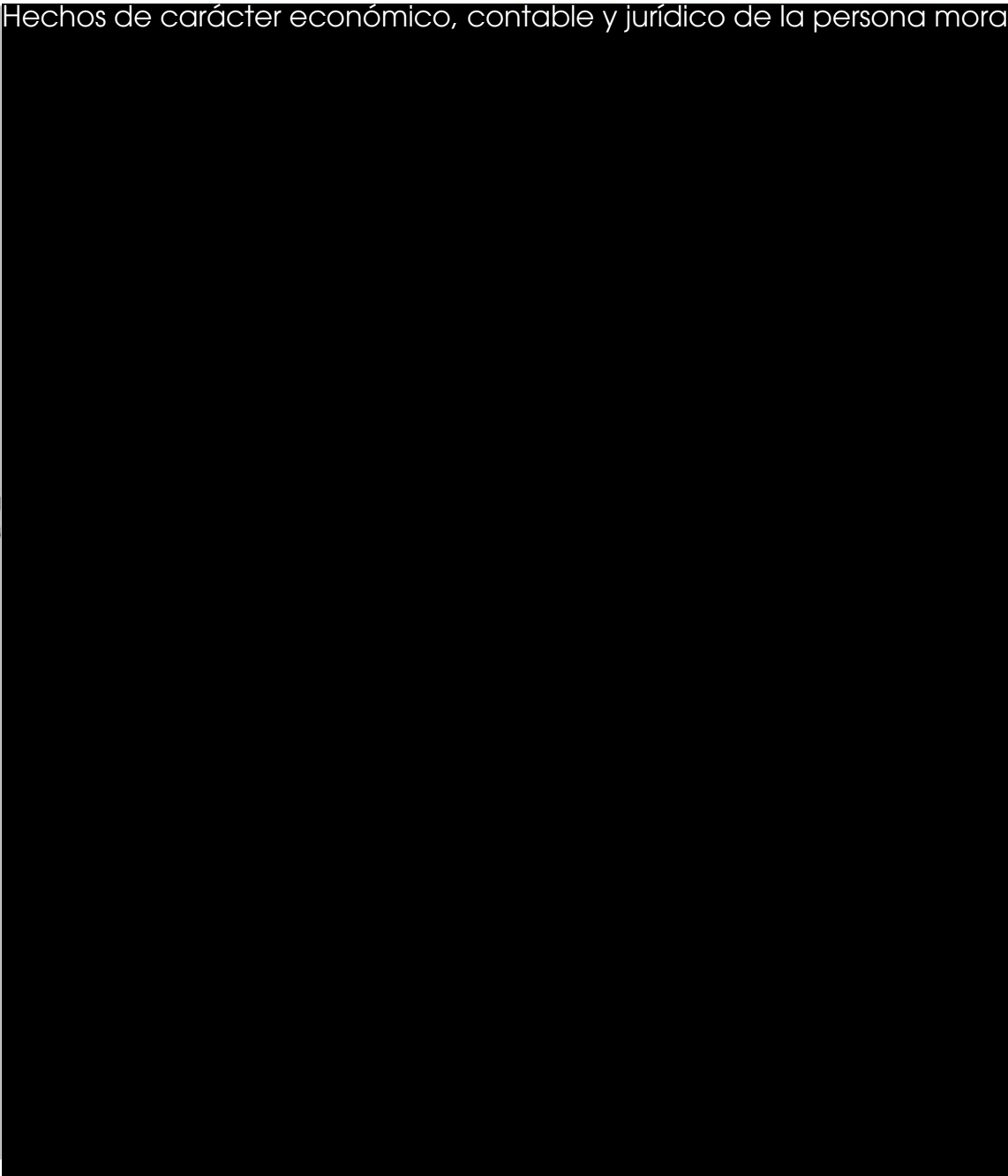
Perspectivas a futuro

Para vislumbrar con claridad el devenir de la publicidad digital y su influencia en medios como la televisión, es crucial explorar los datos y tendencias en el gasto publicitario a nivel global, continental y regional. Al analizar los datos presentados en las siguientes figuras 5, 6 y 7, se destaca un aumento significativo en la cuota de mercado de los medios digitales, los cuales continúan su ascenso constante, desplazando a los demás medios.

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral



Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral



Esta tendencia puede atribuirse a las cambiantes preferencias de los consumidores a través de los diversos grupos de edad, donde aquellos entre los 16 y 24 años exhiben una marcada inclinación hacia los medios digitales, dedicando mayor tiempo a estos, tal como se evidencia en la Figura 8 siguiente. En consecuencia, resulta lógico anticipar un aumento constante en las inversiones publicitarias en el ámbito digital.

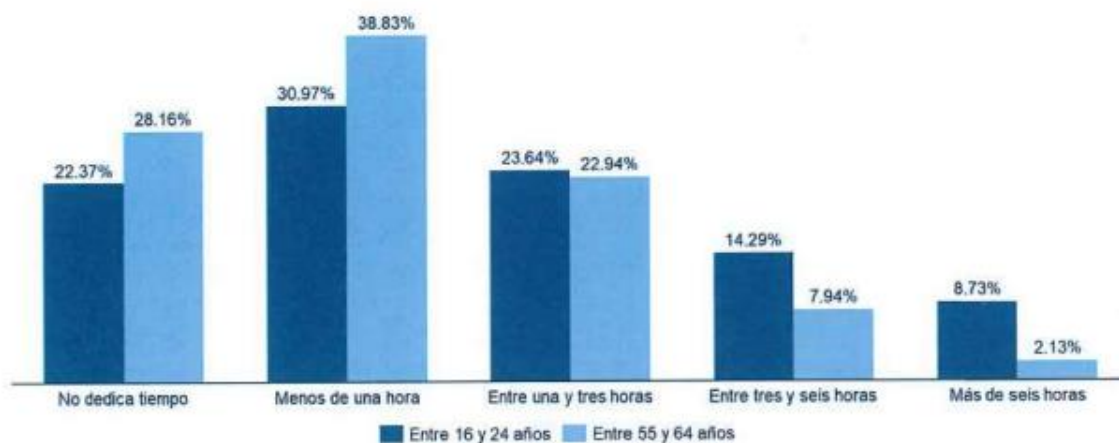


Figura 8: Uso de medios digitales por edades en México: 16-24 vs 55-64 años [Fuente: Elaboración propia a partir de GWI, 2023]

Al analizar los patrones de consumo de medios digitales, se destaca el grupo de edad comprendido entre los 16 y 24 años como el segmento más activo en estas plataformas. En 2022, este grupo representó el 16.83% de la población mundial.

Proyectando estas preferencias hacia el futuro hasta 2052, se anticipa un cambio significativo en la forma en que la sociedad consume medios. Esto se basa en las tendencias demográficas actuales, asumiendo que tanto las personas pertenecientes actualmente a este grupo de edad como las futuras generaciones mantendrán un fuerte interés en los medios digitales. Como resultado, se espera un aumento notable en la proporción de grupos demográficos que utilizan medios digitales, alcanzando un 51.12% en 2052.

La evolución en la forma en que las personas consumen medios y entretenimiento ha sido drástica en los últimos años, y nuevos fenómenos han surgido para redefinir por completo esta interacción. Estos fenómenos, conocidos como cord-cutting, cord-never y cord-shaving, señalan una transformación profunda en el panorama analizado.

El cord-shaving ha ganado popularidad entre aquellos que desean mantener su suscripción a la televisión por cable, pero reduciendo costos al prescindir de canales y paquetes adicionales. Esto resulta en una factura más reducida, conservando sólo los canales esenciales junto con la conexión a Internet.

Por otro lado, el cord-cutting ha ganado terreno a medida que los cord cutters optan por cancelar sus suscripciones a servicios de televisión por cable, en favor de alternativas de transmisión en línea más económicas, como Netflix, YouTube TV, entre otras. Esta tendencia ha provocado una considerable pérdida de suscriptores para los proveedores de

televisión por cable. Esto se ilustra con la tendencia descendente en los suscriptores de servicio de televisión restringida a nivel nacional que ha pasado de su punto máximo de 18.7 millones en 2016 a 17.7 millones en 2022.

Por último, el grupo de cord-never ha adoptado desde el principio las fuentes de Internet como su principal fuente de entretenimiento, evitando por completo el uso de cable comercial. Aunque no se dispone de datos específicos sobre su crecimiento, es lógico suponer que esta tendencia se encuentra en constante aumento, en línea con la creciente preferencia por los medios digitales y la disminución del tiempo dedicado a la televisión, pues al cierre del segundo trimestre del presente año, las personas destinan solo el 6% de su tiempo total de consumo de medios, a la televisión. La transformación en los patrones de consumo de medios y entretenimiento es un fenómeno que no sólo está en constante evolución, sino que también tiene un impacto significativo en la industria publicitaria y, en particular, la pauta digital. A medida que los consumidores dedican una proporción cada vez mayor de su tiempo a plataformas digitales sobre el resto de los medios, las estrategias de mercadeo deberán adaptarse en consecuencia; léase una creciente inversión en publicidad digital, que incluye anuncios en redes sociales, marketing de contenidos, publicidad en aplicaciones de video en línea, entre otras.

En conclusión, los fenómenos expuestos a lo largo de este dictamen sugieren que la importancia (relevancia) de los medios digitales sobre los demás medios tenderá a incrementarse en los próximos años. Esta transición en los patrones de consumo de medios y entretenimiento está remodelando la forma en que las empresas se comunican y promocionan sus productos y servicios en un entorno digital en constante evolución. Además, este cambio refleja la necesidad apremiante de que las estrategias de mercadeo se adapten con rapidez para satisfacer las demandas de una audiencia cada vez más digitalizada.

Principales desafíos relacionados a la disrupción de los medios digitales.

Fragmentación de la audiencia

Uno de los desafíos más notables que enfrenta la industria de la publicidad es la fragmentación de la audiencia. La aparición de nuevas plataformas de comunicación, tales como las redes sociales, tabletas digitales y dispositivos móviles, ha dispersado el presupuesto publicitario en una amplia variedad de medios y canales. Esto ha dificultado la tarea de los anunciantes al momento seleccionar los medios que permitan optimizar el alcance de sus anuncios. En lugar de contar con audiencias concentradas en unos pocos medios, como la televisión, ahora deben considerar una multiplicidad de opciones para llegar a su público objetivo.

Disminución de las audiencias en los medios distintos a los digitales

Otro desafío significativo es la disminución de las audiencias en los medios distintos a los digitales, particularmente en la televisión radiodifundida. Este declive se atribuye a la intensa competencia que representan las redes sociales y los gigantes tecnológicos como Google en la lucha por los ingresos publicitarios. Los espectadores, especialmente las generaciones más jóvenes, están trasladando su consumo desde contenido en medios como la televisión lineal hacia plataformas en línea y servicios de transmisión, lo que ha reducido la efectividad de la publicidad en estos canales.

Sobrecarga de anuncios

La creciente presencia del marketing digital también ha dado lugar a una sobrecarga de anuncios. Los consumidores se ven inundados diariamente con una avalancha de anuncios en sus redes sociales, sitios web y correos electrónicos. Esta saturación publicitaria ha llevado a una disminución en la atención prestada por parte de la audiencia y a una mayor dificultad para captar su interés. Los anunciantes deben competir en un entorno en el cual los usuarios pueden fácilmente ignorar o bloquear anuncios no deseados, lo que hace que la efectividad publicitaria sea aún más desafiante.

Fraude publicitario

El fraude publicitario es un desafío cada vez más sofisticado en el ámbito de la publicidad digital en México, donde la falta de regulación adecuada agrava aún más el problema. Este problema engloba prácticas fraudulentas como clics falsos, impresiones infladas y tráfico no humano, lo que puede llevar a los anunciantes y los medios a malgastar inversión y obtener impresiones publicitarias no auténticas. Esta falta de regulación ha generado una pérdida significativa de recursos e incluso ha socavado la confianza en la industria publicitaria digital.

Adaptación a nuevos canales y formatos

Medios como la televisión lineal también enfrentan el desafío de adaptarse a los nuevos canales y formatos de distribución predominantes en el mundo digital. Las redes sociales, los dispositivos móviles y los servicios de transmisión han transformado la forma en que las personas consumen contenido, lo que exige que estos medios evolucionen para seguir siendo relevantes y efectivos. La transición de la televisión lineal a la televisión por Internet, por ejemplo, requiere inversiones en infraestructura y estrategias de contenido que se adapten a estas nuevas plataformas.

Disminución de la inversión en medios distintos a los digitales

Como ya se ha comentado, la inversión publicitaria en medios distintos a los digitales, como televisión, periódicos y revistas, está experimentando un declive continuo a medida que la publicidad se aleja cada vez más de estos canales tradicionales. Este fenómeno tiene

profundas implicaciones tanto para la industria de los medios como para los anunciantes, ya que marca el comienzo de un ciclo vicioso que afecta negativamente a ambas partes.

En primer lugar, la disminución de la inversión publicitaria en medios distintos a los digitales tiene un impacto inmediato en los ingresos de estos medios. Esto, a su vez, afecta su capacidad para generar contenido de calidad y mantener una plantilla de empleados suficiente, ya que enfrentan dificultades financieras para mantenerse a flote. La falta de recursos financieros limita su capacidad para competir con medios digitales más ágiles y adaptables.

Como resultado de estos factores, se perpetúa un ciclo de desinversión en la industria en medios distintos a los digitales. La falta de recursos financieros limita su capacidad para innovar y adaptarse a las cambiantes preferencias de los consumidores, lo que a su vez lleva a una mayor pérdida de audiencia y, en última instancia, a una mayor disminución en la inversión publicitaria en estos medios.

Impacto sobre el AEPR

Los miembros del AEPR son unas de las empresas de medios más importantes de América Latina, con una presencia histórica en México y otros países de habla hispana. A lo largo de su trayectoria, el núcleo de su actividad empresarial ha sido tradicionalmente la televisión radiodifundida, pero también ha diversificado sus operaciones hacia áreas adicionales como la televisión por cable, la radio y la producción cinematográfica. En los últimos años, ha enfrentado una creciente competencia de nuevas empresas de medios digitales como Netflix, Amazon Prime Video y YouTube, empresas que han desmantelado el panorama mediático tradicional.

A continuación, se examinará cómo el negocio del AEPR ha sido impactado por la disrupción causada por los nuevos medios digitales; se analizarán los flujos de ingresos de la empresa y su market share en el sector publicitario.

Impacto en los ingresos

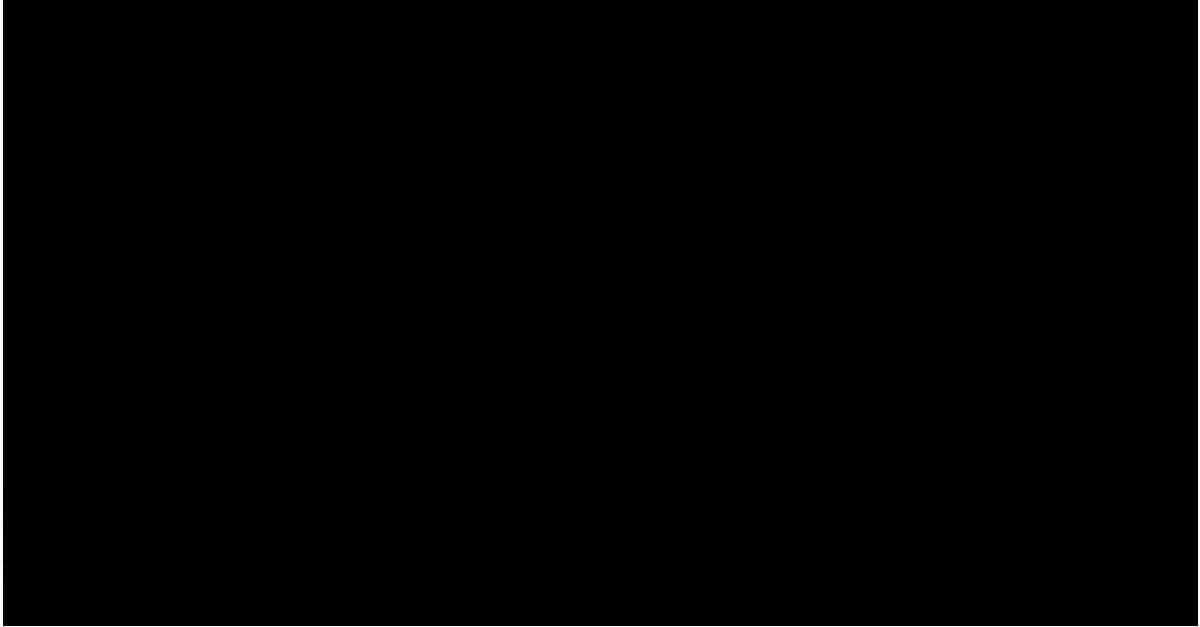
Los medios digitales han tenido un impacto notable en los flujos de ingresos del AEPR. En el caso de televisión abierta, que ha sido históricamente la fuente de ingresos más significativa para la empresa, [REDACTED]

[REDACTED]

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

[REDACTED] Lo previamente descrito se puede encontrar ilustrado en la Figura 9, a continuación.

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

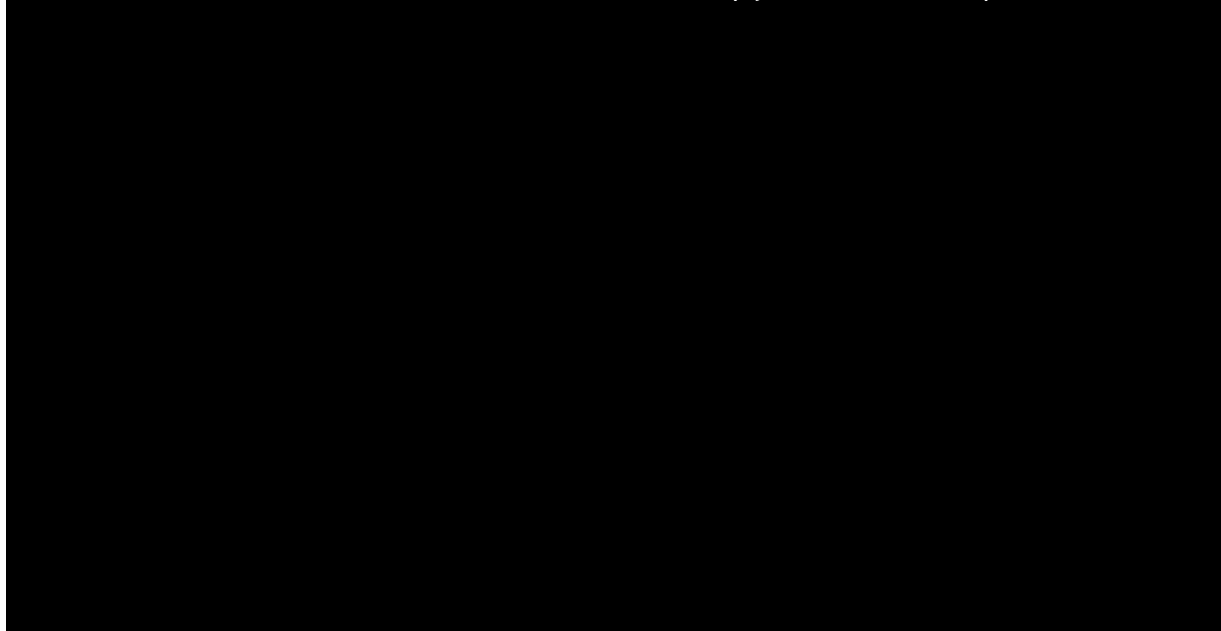


Impacto en la participación del mercado publicitario

La influencia de los nuevos medios digitales en el market share publicitario también ha sido considerable. En 2017, la empresa mantenía una participación del 22%. Aun así, esta cifra se ha seguido reduciendo año tras año, lo que plantea interrogantes sobre la sostenibilidad de la organización. La disminución en el market share publicitario de GTV-Televisa se puede atribuir en gran medida a la migración de anunciantes hacia plataformas digitales y servicios de transmisión que ofrecen opciones digitales y están más orientados a audiencias jóvenes.

En un esfuerzo por contrarrestar esta tendencia y revitalizar su operación, el AEPR ha realizado esfuerzos importantes para entrar en el mercado de medios digitales, incluyendo el lanzamiento de su servicio streaming, ViX. Sin embargo, a pesar de ser ésta una fuente de crecimiento para la empresa, Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral,  (ver Figura 10). En este orden de ideas, la noción de que la empresa goza de un poder sustancial en el mercado publicitario no tiene fundamento empírico.

Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral



El papel fundamental de la televisión abierta

La televisión abierta se encuentra en medio de una encrucijada en la era digital, enfrentando una feroz competencia por parte de los servicios de transmisión en línea y la amenaza potencial de volverse obsoleta. Sin embargo, es vital reconocer que la desaparición de la televisión abierta conllevaría una serie de consecuencias negativas de gran alcance para nuestra sociedad. En este contexto, es fundamental explorar más a fondo las regulaciones que pueden estar influyendo negativamente en la televisión abierta, incluyendo la publicación de estrategias de precios.

El entorno digital ha revolucionado la forma en que los consumidores interactúan con los medios de comunicación. Ha reducido la fricción en el mercado, disminuido los costos de búsqueda y facilitado el descubrimiento de precios, lo que aumenta la transparencia en las tarifas. Sin embargo, este cambio también ha llevado a la evolución de la "ley del único precio" a la "ley del único cliente, un precio". Esta estrategia de precios permite a las grandes empresas de medios digitales llevar a cabo una discriminación de precios más precisa, maximizando así sus utilidades.

No obstante, es crucial comprender que las regulaciones que afectan negativamente a la televisión abierta tienen un impacto que va más allá de la industria mediática. La televisión abierta proporciona un acceso fundamental a noticias, deportes y programas que son esenciales para muchas personas en nuestra sociedad. Además, sirve como una fuente de entretenimiento y enriquecimiento cultural, nutriendo la diversidad de contenidos disponibles, y siendo frecuentemente la única opción accesible para poblaciones que carecen de conexión a internet.

La pérdida de relevancia de la televisión abierta conllevaría la disminución de la calidad de las noticias e información o su credibilidad, la pérdida de diversidad cultural y una reducción en la disponibilidad de programación gratuita, inclusive como parte de su mandato constitucional de ser un servicio público de interés general. Esto podría afectar negativamente a las comunidades que dependen de la televisión abierta como su fuente principal de información y entretenimiento. Es claro que la gran magnitud de las externalidades positivas de la televisión abierta deben ser una indicación de la responsabilidad regulativa de compensar por aquellos beneficios que, aunque significativos, no son reflejados en el pago de terceros (anunciantes) por espacios publicitarios durante su transmisión.

En resumen, es imperativo encontrar un equilibrio adecuado entre la regulación y la competencia para garantizar que la televisión abierta continúe brindando un valor significativo y su función de servicio público para nuestra sociedad. Si bien se encuentra en un entorno altamente competitivo, la televisión abierta sigue siendo una fuente esencial de información y cultura que no debe ser descartada sin considerar las implicaciones más amplias. La adaptación y la innovación son esenciales para que la televisión abierta siga siendo relevante en la era digital, pero debemos asegurarnos de que las regulaciones no asfixien su capacidad para servir a las necesidades de la sociedad.

Consideraciones del Instituto:

La respuesta a la pregunta del numeral en comento no refuta las modificaciones a las medidas notificadas en el Oficio de Inicio, es así que el mismo el mismo perito reconoce la relevancia que tiene el STR (en particular por su gran alcance, al llegar a población que no tiene acceso a Internet), y resalta elementos que reducen la eficiencia de la publicidad digital (como que los usuarios pueden fácilmente ignorar o bloquear anuncios no deseados y prácticas fraudulentas como clics falsos, impresiones infladas y tráfico no humano) que no están presentes en la publicidad tradicional (incluyendo el STR), lo cual deja ver la relevancia del STR y en consecuencia de las medidas..

De igual manera, tal como lo señala el perito en la respuesta, la adaptación y la innovación son esenciales para la televisión abierta, es decir para el STR, así como que el mismo perito reconoce la relevancia que tiene el STR (en particular por su gran alcance, al llegar a población que no tiene acceso a Internet, por lo que, con base en el análisis realizado por el Instituto, es imperativo que las medidas de publicidad se ajusten, ya que, en el mismo contexto de la adaptabilidad y los cambios, el AEPR ha hecho diversas reestructuras y modificaciones a sus empresas, las cuales también deben de ser reguladas al formar parte de su mismo grupo.

Respecto a la pregunta número 5, señala:

5. Que indique el perito si un solo agente económico o los miembros del Agente Económico Preponderante en Radiodifusión tienen la capacidad de ejercer influencia para modificar las condiciones del mercado de la publicidad.

Respuesta del perito:

Para poder definir si un solo agente económico o si los miembros del AEPR tienen la capacidad de ejercer influencia para modificar las condiciones del mercado de la publicidad en primera medida, es necesario pasar por una reflexión sobre la correcta definición del mercado relevante sobre el cual el regulador ha declarado la preponderancia económica del AEPR, a saber, el ampliamente definido “sector de radiodifusión”.

Bajo el modelo de negocio actual, no es posible concebir la prestación de servicios como el STR sin el acceso a pauta publicitaria. Operadores como los que contiene el AEPR, ya sea a nivel de canales de televisión o como proveedores de servicios de televisión abierta y paga, concurren en lo que la literatura económica denomina mercados de múltiples lados. En estos mercados, la utilidad que derivan los agentes de un lado (por ejemplo, los consumidores de contenido audiovisual) es función de qué tantos agentes participan de los otros lados (desarrolladores/productores de contenido, anunciantes de publicidad, etc.), algo que técnicamente se conoce como externalidades de red indirectas.

El operador de televisión o plataforma de contenido es un facilitador de los múltiples intercambios, siendo su principal tarea el diseñar un menú de precios para todas las partes que maximice el volumen de transacciones y, en retorno, sus beneficios. Esto suele llevar a esquemas de subsidios cruzados entre las diferentes aristas del mercado en donde, por ejemplo, los consumidores de contenido pagan menos de lo que cuesta desarrollar y transmitir el contenido ya que hay anunciantes de publicidad que están dispuestos a “subsidiar” tácitamente ese acceso para dar a conocer su producto o persuadir a sus potenciales clientes de adquirirlo.

Este tipo de estrategias de precios, como la han demostrado autores como el Nobel de Economía Jean Tirole y los profesores e investigadores Jean-Charles Rochet y Glen Weyl, no solo suelen ser óptimas desde la perspectiva de maximización de los beneficios del intermediario (operador o plataforma), sino que además son deseables desde el punto de vista del bienestar social.

Siguiendo esta literatura, en mercados de múltiples lados, tener plataformas con elevada concentración en su participación en una o varias aristas del mercado, como bien podría entenderse en el caso del AEPR por el lado de las audiencias televisivas (suponiendo que la definición que el Instituto da, a este lado del mercado, es correcta, y que no deberían incorporarse alternativas digitales de consumo de contenido), es eficiente desde el punto de vista de la asignación de los recursos. Incluso, cuando las externalidades de red son muy fuertes, un resultado, orgánico y deseable para el bienestar social, de estos mercados

puede ser el del “ganador se lo lleva todo” (o winner takes it all, en inglés); un monopolista asignaría mejor los recursos que múltiples plataformas compitiendo entre ellas.

Así, aunque parezca contraintuitivo, en esta configuración de mercado, una elevada participación de una firma en un lado o todo el mercado, puede conducir a un mayor bienestar social, no a un deterioro de este. En el caso de estudio que concierne a este dictamen, **el valor facial que los televidentes pagan por acceder a los contenidos del AEPR y los demás operadores de STR y STAR es considerablemente más bajo como consecuencia de que estos últimos luchan por anunciantes en un lado del mercado (espacio para pautar) que es sumamente competido con otras alternativas que el mismo Instituto agrupa arbitrariamente como tradicionales y digitales**, no solo por la multiplicidad de agentes que allí concurren, sino por las estrategias de precios que se emplean y por la naturaleza de los demandantes del servicio. Al respecto, adicional a lo desarrollado anteriormente, es importante notar que el grueso del gasto en publicidad proviene de multinacionales con considerable poder de negociación frente a agentes locales como el AEPR.

Como bien lo advierte el profesor Weyl en su artículo publicado en The American Economic Review, el reto del regulador para identificar poder de mercado significativo en este tipo de mercados no es menor considerando que el mark-up que aplica a los precios en un lado del mercado lo puede estar perdiendo en otro de los lados, y viceversa. Como consecuencia, aun cuando lograrse constatarlo rigurosamente, el diseño e introducción de remedios regulatorios para corregir su impacto en un lado del mercado debe considerar las implicaciones sobre todas las demás aristas de este; más veces que no, las intervenciones pueden llevar a deterioros netos en el bienestar social.

Con este marco conceptual como referente, **si el regulador se diera a la tarea de determinar la capacidad de los miembros del AEPR para incidir sobre las condiciones del mercado relevante correctamente definido concluiría que:** i) su participación en el lado de la demanda por contenidos audiovisuales está sobreestimada por cuenta de la omisión de alternativas digitales (plataformas en línea pagas y gratuitas, redes sociales, entre otras) dentro de la colección de agentes que allí concurren, como se comentó anteriormente.; y ii) su participación en el segmento de pauta publicitaria no solo desconoce la sustituibilidad entre las arbitrarias categorías que el Instituto define como medios digitales y tradicionales desde la perspectiva del anunciante, sino que también omite las dinámicas altamente sofisticadas, y eficientes, que rigen la formación de precios en este lado del mercado, como se comentó anteriormente. En otras palabras, **las participaciones que ostenta el AEPR en cualquiera de estos lados del mercado, así como la del asociado a la producción y difusión del contenido audiovisual (canales) no solo son sugestivas de la ausencia de poder significativo de mercado, sino que distan considerablemente de los estándares de concentración internacionales que ha utilizado el mismo Instituto para declarar preponderancia económica en otros mercados.**

Esta conclusión se mantiene incluso si se toma como premisa del análisis la definición del mercado utilizada por el Instituto. Ello si, a propósito de buenas prácticas en diseño regulatorio que el Instituto ha utilizado en el pasado para guiar su actuar, como es el caso de la determinación de las tarifas mayoristas reguladas para los mercados de telecomunicaciones fijas y móviles en México, se aplicara la doctrina de la Comisión Europea para el análisis de competencia del mercado (o sector) en el que, definió, concurría la televisión por radiodifusión y, consigo, los miembros del AEPR.

Al respecto, en primer lugar, no se entiende que las decisiones sobre preponderancia económica (léase dominancia o PSM) no estén ancladas a la definición de mercados relevantes, la cual, como se ha comentado extensamente, implica una exhaustiva caracterización, cualitativa y cuantitativa, de los patrones de sustituibilidad del (de los) servicio(s) estudiado(s), tanto por el lado de la demanda como de la oferta. Este es el punto de partida universal de los análisis de competencia que adelante la Comisión Europea: una incorrecta definición del mercado relevante, por construcción, llevará a conclusiones erróneas en materia regulatoria, como bien se ha constatado para el caso en comento.

Sin embargo, aun concediéndole al Instituto su definición del mercado (o “sector”), la doctrina europea dicta que declararlo como susceptible de regulación ex ante, condición necesaria para configurarse la dominancia, también denominada preponderancia económica, de un agente o grupo de agentes, debe estar precedida por el denominado Test de los Tres Criterios, que consta de: (i) un exhaustivo análisis de competencia actual y potencial (barreras a la entrada económicas, legales, administrativas, etc.) para determinar si hay una falla de mercado; (ii) una evaluación de la evolución del mercado y su habilidad para corregir la falla por sí mismo; y (iii) la capacidad del derecho de la competencia para, de manera ex post, promover la asignación eficiente de los recursos en el mercado.

De apegarse a ese proceder, no solo el IFT habría advertido que no hay una falla de mercado en la primera etapa de la prueba, sino que, incluso llegando a la errada conclusión de que sí la hay (gracias a la sobreestimación del supuesto poder de mercado que ostenta el AEPR en los lados publicitarios y de consumo de contenido del mercado relevante), en la segunda etapa se habría percatado de que el lado publicitario del mercado estaba tendiendo a corregirla. En efecto, el mismo Instituto trae a colación que [REDACTED]

[REDACTED] Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

[REDACTED] Más aún, la información que soporta este análisis da cuenta de que este fenómeno se acentuó en 2021 y 2022 y, hacia adelante, se profundizaría aún más. Finalmente, qué más contundente que el deterioro para validar que, de haber existido algún poder de mercado significativo, la evolución natural del mercado lo ha disipado, que [REDACTED]

[REDACTED] Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral

[REDACTED] de los espacios para pautar.

No encuentra este perito línea argumental alguna que pueda defender la supuesta capacidad del AEPR declarado por el IFT, o de sus miembros, para incidir de manera significativa en el proceso de formación de precios en el mercado publicitario en México, tanto para la definición de mercado que maneja el Instituto como para la definición aquí sugerida. Dicho de otra manera, el AEPR, o sus miembros, no puede(n) actuar en independencia de sus competidores en lo que a la arista publicitaria del mercado respecta: esta es **la negación de la definición de Poder Significativo de Mercado (PSM), también denominado preponderancia económica en el contexto mexicano, usada por las agencias regulatorias que el Instituto acostumbra a seguir para sus actuaciones.**

Consideraciones del Instituto:

La respuesta del perito señala que el Instituto ha cometido arbitrariedades en el análisis del mercado de publicidad, y que, por lo tanto, el AEPR no tiene capacidad para incidir de manera significativa en el proceso de formación de precios en el mercado publicitario en México.

Sin embargo, también señala en la respuesta que no es posible concebir la prestación de servicios como el STR sin el acceso a pauta publicitaria, y que el operador de televisión o plataforma de contenido es un facilitador de los múltiples intercambios para que todas las partes involucradas maximice el volumen de transacciones y, en retorno, sus beneficios. De igual forma, el perito propone una definición de mercado relevante que resulta inaplicable dada la naturaleza del presente procedimiento. No obstante lo anterior, la explicación presentada no justifica que el Instituto deba modificar las medidas notificadas en el Oficio de Inicio.

Respecto a la pregunta del numeral 6, señala:

6. Que explique el perito cuáles son los efectos que anticipa sucedan si se impone una carga regulatoria mayor al Agente Económico Preponderante en Radiodifusión en materia de publicidad, tal como se piensa hacer en el proyecto de nuevas medidas que tuvo a su disposición en preparación para este cuestionario.

Respuesta del perito:

En los actos administrativos que ha puesto a consideración del AEPR, el Instituto modifica una serie de medidas regulatorias que le son aplicables, e introduce otras nuevas. **La carga regulatoria que resultaría de refrendarse esta propuesta,** a la luz de lo expuesto anteriormente en este dictamen, **podría llevar a un deterioro irreversible en las condiciones de competencia del mercado en que opera el AEPR.**

Considerando lo señalado en el apartado inmediatamente anterior, este paquete de medidas, especialmente en materia de publicidad, contraviene las recomendaciones de la academia y las buenas prácticas regulatorias a nivel internacional. Al partir de una definición errónea del mercado relevante sujeto de intervención, el Instituto se arriesga a

que sus remedios amplifiquen, en vez de corregir, la supuesta falla de mercado, que en cualquier caso ya fue desestimada anteriormente en este documento.

La propuesta de modificaciones a la medida de preponderancia VIGÉSIMA PRIMERA es particularmente riesgosa. La obligación de revelar información detallada sobre el mecanismo de definición de tarifas del AEPR, amparada en el aparente propósito de dotar de mayor transparencia y fomentar la competencia en el lado publicitario del mercado en el que concurre, puede terminar provocando lo opuesto a lo que se propone: (i) deteriorar la capacidad de operadores mexicanos para competir efectivamente en un mercado mundial con agentes dominantes; y, en retorno, (ii) perjudicar a los consumidores de contenido audiovisual en México. Como ya se ha comentado, en mercados de múltiples lados, como aquel en el que participa el AEPR, intervenciones en un lado pueden tener repercusiones no deseadas en otros lados.

En el lado de pauta publicitaria del mercado en cuestión concurren multiplicidad de agentes que ofrecen espacios publicitarios, en todos los medios y formatos. Respecto a los medios digitales, **Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral**

[REDACTED], apropiándose de una mayor porción del gasto en publicidad destinado por el sector real, en detrimento de los operadores tradicionales. En efecto, como ya se mostró, la participación del AEPR en este lado del mercado ha venido cayendo consistente y considerablemente en la última década, **Hechos de carácter económico, contable y jurídico de la persona moral** en México en el primer semestre de 2023.

La publicidad programática, como se reseñó anteriormente, ha explicado en buena medida esta reconfiguración en favor de estos grandes actores del ecosistema digital. En particular, el grado de sofisticación en la estrategia de determinación de precios que emplean estas plataformas les ha permitido masificar el acceso a espacios para pauta publicitaria, a la vez que ha reducido sus costos.

Como la literatura económica lo demuestra, utilizar características observables de los demandantes (sexo, edad, nivel educativo, ciudad de residencia, intereses, etc.) de un producto o servicio para discriminar precios, siempre y cuando habilite su acceso a un grupo de consumidores que otrora no lo lograría, es deseable desde el punto de vista del bienestar social. Así, mecanismos como los de subasta invertida que utiliza Google para fijar el costo de sus anuncios, aunados a la granularidad de la oferta por espacios, promueven la asignación eficiente de recursos en este lado del mercado.

Estrategias de fijación de precios como las que utiliza el AEPR, y que el Instituto propone revelar mediante la modificación de la medida de preponderancia vigésima primera, no solo cumplen un rol similar en el mal llamado (por el Instituto) segmento tradicional del lado publicitario del mercado, **habilitándole el acceso a espacios de pauta**

a anunciantes que, de lo contrario, no lo tendrían, sino que le permiten competir de manera más eficiente con los actores dominantes del ecosistema digital.

Naturalmente, el conjunto de características que utilizan estas plataformas digitales y, más aún, los algoritmos de procesamiento **(como la ponderación de las diferentes variables dentro de la ecuación de precios)** de los datos, son privados, revelando solo algunos elementos que pueden guiar la decisión del anunciante; tal como opera actualmente para el AEPR. Así, **obligar a revelar esta información, que por demás es sensible y propietaria, pondría en manifiesta desventaja a los miembros del AEPR al momento de competir por anunciantes (y también a los anunciantes al revelar su gasto) con operadores que ostentan verdadero poder significativo en ese lado del mercado, como lo son Alphabet, Meta y Amazon.**

Las ramificaciones de segundo nivel de esta serie de medidas impactarían directamente a los consumidores mexicanos. Al ser un mercado de múltiples lados, el deterioro en las condiciones a las que el AEPR puede competir en la arista publicitaria llevaría necesariamente a que los costos en que tienen que incurrir los otros lados del servicio incrementen, como bien será el caso del desarrollo de contenido audiovisual (que puede materializarse en una menor calidad del material) y, más aún, de su acceso, bien sea a través de STR (a través de más tiempo al aire dedicado a pauta) o de STAR (mayores tarifas para contratar el servicio).

Cuando la tendencia de los reguladores a nivel mundial ha sido la de tomar medidas para controlar el poder significativo que ostentan las plataformas digitales en los mercados que involucran pauta publicitaria, como bien lo demuestran los procesos por dominancia y conductas anticompetitivas abiertos en la Unión Europea y Estados Unidos a Google y Meta, (también en estados unidos hay preocupación, ver liga en comentario anterior) no se entiende que el regulador mexicano opte por incrementar la carga regulatoria a los actores locales que compiten con grandes jugadores en la arena global. Por el contrario, **el Instituto no sólo debería propiciar la desregulación del mercado local (a la luz de toda la evidencia presentada en este dictamen), sino que debería de enfocar sus esfuerzos en prevenir que los grandes operadores globales abusen de su poder de mercado, en detrimento de las empresas y consumidores mexicanos.**

De proceder con el injustificado incremento en la carga regulatoria a un AEPR que de preponderante poco o nada le queda, **es claro para este perito** que, a la luz de la evidencia recogida en el presente documento, **las condiciones del segmento de radiodifusión del mercado relevante (que comprende el desarrollo y difusión de contenido, así como los espacios para pautar), y que es esencial para los hogares mexicanos que aún no cuentan con acceso a Internet, se seguirían deteriorando en los años por venir.** No sólo la situación financiera de los miembros del AEPR se vería seriamente afectada, sino que los beneficios que desprenden los mexicanos de la prestación de un servicio esencial, como lo es la televisión lineal, se verían mermados considerablemente; todo esto en favor

de multinacionales cuya dominancia en estos mercados es perseguida por otras autoridades regulatorias en el resto del mundo.

Consideraciones del Instituto:

De la respuesta emitida por el perito se desprende que de la lectura a la modificación de la medida no se especifica que la información que se pretende que presente el AEPR, es únicamente para el Instituto y de carácter informativo, para entender la posible discriminación que el mismo AEPR pueda realizar en perjuicio de la competencia. No se pretende revelar la información para la misma competencia de los anunciantes.

También es importante señalar que la respuesta, nuevamente está involucrando a todos los tipos de medios de publicidad, principalmente al digital, el cual, como se ha venido mencionado, impacta a los usuarios de plataformas digitales con acceso a Internet.

Referente a la pregunta número 7 señala:

7. Que explique el perito la razón de su dicho.

Respuesta del perito:

La razón de mi dicho esta soportada en mi experiencia, así como en mi leal y saber entender expuesto en las respuestas del presente dictamen.

Medida final

En razón de lo expuesto, se determina el texto de la medida conforme a lo siguiente:

VIGÉSIMA PRIMERA.- El Agente Económico Preponderante deberá publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto la información relativa a los diversos servicios de publicidad que ofrece en el Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada, tales como anuncios comerciales y publicidad dentro de los programas y paquetes, la cual deberá incluir para cada servicio:

- a) Las tarifas de referencia de cada uno de ellos, así como la definición de las variables consideradas;
- b) Los planes de bonificaciones y descuentos;
- c) Los términos y condiciones de venta;
- d) Los modelos de los contratos aplicables a cada servicio;
- e) Cualquier otra práctica comercial.

El Agente Económico Preponderante deberá publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto cualquier modificación a lo señalado en los párrafos anteriores, en un plazo no mayor a 10 días hábiles posteriores a la realización de dicha modificación.

VIGÉSIMA SEGUNDA.- En los espacios publicitarios ofrecidos en sus distintas Plataformas Tecnológicas, cada integrante del

Agente Económico Preponderante no deberá, directa o indirectamente, establecer a las personas que soliciten espacios publicitarios para anunciar servicios de telecomunicaciones:

- Condiciones que inhiban la competencia;
- Requisitos que no sean necesarios;
- Condiciones discriminatorias y/o abusivas;
- Condiciones de comprar, adquirir, vender o proporcionar otro bien o servicio adicional o diferente a los espacios publicitarios solicitados;
- Condiciones de no adquirir, vender, comercializar o proporcionar los servicios proporcionados o comercializados por un tercero, y
- Condiciones para negar injustificadamente el trato.

En caso de ofrecer espacios publicitarios en forma empaquetada o agregada, la misma oferta deberá estar también disponible de forma desempaquetada.

En caso de incumplimiento a lo establecido en la presente medida, el Instituto podrá ordenarle que proporcione el uso de espacios disponibles, sin perjuicio de las sanciones a que haya lugar.

El Agente Económico Preponderante deberá presentar al Instituto a más tardar al cierre de febrero del año siguiente, para cada año calendario, y conforme a los formatos que el Instituto determine, la siguiente información respecto de todas las personas que soliciten la publicidad para anunciar servicios de telecomunicaciones, incluyendo a las personas que formen parte de su grupo de interés económico o se encuentren bajo su control o influencia:

- El nombre o denominación social del solicitante;
- Los servicios contratados y los efectivamente provistos;
- Las tarifas de referencia que deberán incluir la definición de las variables consideradas, así como los montos efectivamente aplicados al solicitante, incluyendo descuentos, bonificaciones y devoluciones;
- La duración de los contratos celebrados;
- La cantidad de minutos o spots de publicidad adquiridos;
- Los horarios y el canal en los que se transmitió la publicidad contratada;
- Si fueron contratados en forma individual o en forma agregada con publicidad en medios distintos a la televisión radiodifundida. En su caso, identificar el paquete y las condiciones aplicables al contratante, y
- Otras condiciones y términos aplicables a cada solicitante y contratante de publicidad.

Sin perjuicio de lo anterior, el Instituto, podrá requerir al Agente Económico Preponderante toda la información y documentación necesaria.

Medida relacionada con la entrega de información

En el Oficio de Inicio de Procedimiento, se notificó a los integrantes del AEPR la modificación al primer párrafo, así como la adición del segundo párrafo de la Medida Vigésima Tercera en los siguientes términos:

“VIGÉSIMA TERCERA.- El Agente Económico Preponderante deberá entregar al Instituto toda la Información que éste le requiera y bajo los formatos o metodología que establezca el Instituto, misma que se relacione con la supervisión y verificación del cumplimiento de las medidas contenidas en el presente Instrumento, dentro de los 10 hábiles siguientes al cierre de cada trimestre, sin menoscabo de requerimientos que pueda realizar el Instituto, en sus actividades de supervisión y verificación. Esta información puede ser contractual, económica, comercial, financiera, de infraestructura o cualquier otra relacionada con sus concesionarias, filiales, empresas relacionadas o que formen parte del grupo de Interés económico.

Por lo que hace a la Información de separación contable, el Agente Económico Preponderante deberá presentarla al Instituto conforme al "Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones expide la metodología de separación contable aplicable a los agentes económicos preponderantes, agentes declarados con poder sustancial de mercado y redes compartidas mayoristas", publicado el 29 de diciembre de 2017 en el Diario Oficial de la Federación o, en su caso, a las disposiciones que la modifiquen o sustituyan.”

Manifestaciones de las Afiladas Independientes:

Respecto a la modificación de esta medida, no se presentaron manifestaciones por parte de las Afiliadas Independientes.

Manifestaciones de GTV - Televisa:

Respecto a la modificación de esta medida, no se presentaron manifestaciones por parte de GTV - Televisa.

Pruebas ofrecidas por GTV-Televisa.

GTV-Televisa no ofreció prueba alguna en el procedimiento de la revisión bienal en radiodifusión relacionada con las medidas propuestas en los oficios de inicio, particularmente con la implementación de la Medida Vigésima Tercera; no obstante, de haber sido debidamente notificada de los citados oficios.

Consideraciones del Instituto

Informe conductual

Grupo Televisa

Entrega y publicación de información

Las obligaciones referentes a la entrega y publicación de información por parte de los integrantes del AEPR, tanto la presentada ante el Instituto como la publicada en su página de internet, sirven como instrumentos de supervisión para alcanzar el propósito que se busca en materia de competencia económica.

a) Separación contable

- Presentó la información de Separación Contable correspondiente al año fiscal 2019, misma que fue presentada antes del 15 de septiembre de 2020.

b) oferta de publicidad

- Ofreció espacios publicitarios en todas las plataformas tecnológicas, de forma empaquetada y desagregada.

c) presentación y registro de convenios

- No hubo convenios registrados de Compartición de Infraestructura ante el Instituto con algún CS.

d) ofertas de referencia de servicios mayoristas

- Durante el periodo en revisión, GTV-Televisa envió una propuesta de OPI para aprobación del Instituto el 30 de junio de 2021, dentro del plazo establecido en las Medidas.

Afiliadas Independientes

Entrega y publicación de información

Las obligaciones referentes a la entrega y publicación de información por parte de los integrantes del AEPR, tanto la presentada ante el Instituto como la publicada en su página de internet, sirven como instrumentos de supervisión para alcanzar el propósito que se busca en materia de competencia económica.

a) separación contable

Las Afiliadas Independientes presentaron la información de Separación Contable correspondiente al año fiscal 2019 a más tardar el 15 de septiembre de 2020, fecha que fue establecida a través del acuerdo P/IFT/EXT/290620/2160. Mientras que, para la

información de Separación Contable correspondiente al año fiscal 2020 las Afiliadas Independientes la presentaron a más tardar el 1° de agosto de 2021. Al respecto, se muestra el siguiente listado:

Cuadro 12.

Integrante del AEPR	Presentaron 2019	Omisos	Presentaron 2020	Omisos
Telemisión, S.A. de C.V.		-		-
Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V.		-	✓	
Televisora de Durango, S.A. de C.V.	✓		✓	
Hilda Graciela Rivera Flores		-		-
Roberto Casimiro González Treviño		-	✓	
TV de Culiacán, S.A. de C.V.		-	NA	
Televisión del Pacífico, S.A. de C.V.	✓		NA	
Ramona Esparza Gonzalez	✓		✓	
TV Ocho, S.A. de C.V.		-		-
Telsusa Televisión México, S.A. de C.V.	✓		✓	
José Humberto y Loucille, Martínez Morales	✓		✓	
Televisión de Michoacán, S.A. de C.V.	✓		✓	
Mario Enrique Mayans Concha		-		-
Televisión de la Frontera, S.A.	✓			-
Pedro Luis Fitzmaurice Meneses	✓		✓	
TV Diez Durango, S.A. de C.V.	✓			-
Comunicación del Sureste, S.A. de C.V.	✓		NA	
Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V.	NA		NA	
Televisión de Tabasco, S.A.	✓			-
Televisora XHBO, S.A. de C.V.		-		-
Televisora Potosina, S.A. de C.V.		-		-

NA: Afiliada Independiente que dejó de ser considerada integrante del AEPR antes de la fecha establecida para presentar la información de separación contable del año fiscal 2019 y 2020, respectivamente.

b) oferta de publicidad

- 4 integrantes modificaron sus términos y condiciones de la oferta de espacios publicitarios, mismas que fueron entregadas para su inscripción ante el RPC del Instituto.
- 15 integrantes no modificaron su oferta de espacios publicitarios...

c) presentación y registro de convenios

- No se registraron convenios de Compartición de Infraestructura ante el RPC por parte de las Afiliadas Independientes con algún CS, toda vez que no recibieron solicitudes para la prestación de los servicios.
- No se presentaron ante el Instituto contratos de sub-licenciamiento de CAR suscritos entre las Afiliadas Independientes y algún concesionario que preste el servicio de televisión radiodifundida concesionada, debido a que las Afiliadas Independientes no adquirieron CAR.

d) ofertas de referencia de servicios mayoristas

- Las Afiliadas Independientes presentaron una propuesta de OPI para aprobación del Instituto, a más tardar el 30 de junio de 2021. Al respecto, se muestra el siguiente listado.

Cuadro 13.

Integrante del AEPR	Presentaron	Omisos
Telemisión, S.A. de C.V.		-
Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V.	✓	
Televisora de Durango, S.A. de C.V.		-
Roberto Casimiro González Treviño		-
Ramona Esparza González		-
TV Ocho, S.A. de C.V.	✓	
Telsusa Televisión México, S.A. de C. V.	✓	
José Humberto y Loucille Martínez Morales	✓	
Televisión de Michoacán, S.A. de C.V.		-
Mario Enrique Mayans Concha		-
Televisión de la Frontera, S.A.		-
Pedro Luis Fitzmaurice Meneses		-
TV Diez Durango, S.A. de C.V.		-
Televisión de Tabasco, S.A.	✓	
Hilda Graciela Rivera Flores		-
Televisora Potosina, S.A. de C.V.		-
Televisora XHBO, S.A. de C.V.		-

Dictamen sobre las medidas específicas adicionales impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión.

Marco Jurídico. En cumplimiento a lo dispuesto por el último párrafo del artículo 266 de la LFTR, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 6º, fracción XXVII del Estatuto, el Pleno del Instituto emite el dictamen a que hace referencia el último párrafo del artículo 266 de la LFTR.

a) la posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir

La medida Vigésima Tercera se modifica para hacer más eficientes los procesos de supervisión y verificación para que la Unidad de Cumplimiento pueda llevar a cabo las atribuciones que le corresponden, respecto a emitir trimestralmente los informes de cumplimiento de las obligaciones asimétricas del AEPR. Es de señalar que la modificación de esta Medida resulta necesaria para corregir ineficiencias en el proceso de entrega de información.

De acuerdo con las alternativas para la simplificación y mejora de la regulación existente, propuestas por la OCDE¹⁹⁸, se destacan la consolidación o compactación de regulaciones, pues su propósito es eliminar incongruencias, redundancias y responsabilidades difusas que tengan el efecto de generar incertidumbre e imponer cargas innecesarias a los sujetos regulados. Es por ello que resulta factible la modificación de la medida, pues la entrega que debe realizar el AEPR para la verificación del cumplimiento de sus obligaciones, debe ser trimestralmente, por lo que mantener la medida con la redacción actual “*a la fecha de solicitud*” implica que sea la Unidad de Cumplimiento quien solicite la información al cierre cada trimestre, además de otorgar únicamente 15 días naturales para que el AEPR entregue esta información. Con la modificación de la medida, se esclarece la entrega obligada de información por parte del AEPR hacia la Unidad de Cumplimiento, en un periodo determinado y suficiente para la entrega de dicha información, lo que se traduce como un proceso eficiente, suficiente y reduce la incertidumbre para el AEPR.

En la modificación a la medida Vigésima Tercera también se reitera la obligación del AEPR de entregar la información de separación contable conforme al “Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones expide la metodología de separación contable aplicable a los agentes económicos preponderantes, agentes declarados con poder sustancial de mercado y redes compartidas mayoristas” (en adelante “**Acuerdo de metodología de separación contable**”), pues en las medidas de Resolución de preponderancia no se señala como tal la obligación del cumplimiento de estas, por lo que resulta necesario que el AEPR proporcione esta información al Instituto a fin de reducir las asimetrías de información existentes.

¹⁹⁸ (OCDE). (2016). El ABC de la mejora regulatoria para las entidades federativas y los municipios: Guía práctica para funcionarios, empresarios y ciudadanos. <https://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/abc-manual-for-regulatory-reform-spanish-version.pdf>

Como se mencionó en el Acuerdo de metodología de separación contable:

“La importancia de la separación contable para los organismos reguladores radica en la obtención de información asociada a la prestación de los diferentes servicios que proveen los operadores, lo cual ayuda a reducir las asimetrías de información existentes entre el regulador y los operadores, lo que resulta en una identificación de los costos de operación, ingresos, inversiones y otros términos asociados a los servicios.

Asimismo, la separación contable sirve como herramienta de monitoreo en la prestación de servicios entre operaciones propias y a terceros para verificar que se cumpla con el principio de no discriminación.”

Dada la importancia de la información de la separación contable, es necesario recalcar esta obligación en las medidas y eliminar cualquier motivación que pueda tener el AEPR para dejar de presentar esta información al Instituto.

Cabe mencionar que esta modificación a la medida no es excesiva, ya que dicha obligación al AEPR ya se encuentra establecida en la LFTR y por el mismo Instituto.

b) Razonabilidad de las medidas con relación a las posibles afectaciones.

La modificación a los tiempos de entrega de información por parte del AEPR hacia el Instituto para el cumplimiento, supervisión y verificación de las obligaciones establecidas en las medidas, no solo permite estandarizar los tiempos de recepción de información por parte de los regulados, sino que además se reducen las cargas administrativas, pues la Unidad de Cumplimiento no tendrá que requerir la información de las obligaciones del AEPR. Además, cabe mencionar que el AEPR tiene conocimiento acerca de la información que debe entregar, por lo que al establecer un plazo de entrega el AEPR abona al hecho de hacer más eficiente sus procesos para la entrega de dicha información y cumplir con sus obligaciones. Es de señalar que, las modificaciones no derivan como tal de una afectación a la competencia, sino que es busca eficientar el cumplimiento de obligaciones.

Por otro lado, al igual que el Sistema Electrónico de Gestión, si bien en la actualidad ya se encuentra la obligación hacia el AEPR de entregar diversa información al Instituto, se considera necesario asegurar la entrega de información con respecto a la separación contable y la metodología que debe seguir para ello.

Cabe precisar que, con esta adición a la medida Vigésima Tercera y precisión de la metodología aplicable, la cual es aplicable a los concesionarios y/o autorizados que conforman los agentes económicos preponderantes, no se genera una obligación adicional al AEPR, puesto que este ya está obligado por ley y otras disposiciones a entregar

información en esta materia, y únicamente se hace referencia a esta como guía para la entrega de dicha información.

No hubo manifestaciones ni pruebas aportadas en lo particular por parte de los integrantes del AEPR para atender:

Como se mencionó en párrafos previos, GTV-Televisa no realizó en su escrito manifestaciones en específico sobre la medida notificada relativa a la separación contable, ni ofreció prueba alguna en el procedimiento de la revisión bienal en radiodifusión relacionada con la modificación al segundo párrafo de la Medida Vigésima Tercera, por ende, no existe materia de análisis.

Medida final

En razón de lo expuesto, se determina el texto de la medida conforme a lo siguiente:

VIGÉSIMA TERCERA.- El Agente Económico Preponderante deberá entregar al Instituto toda la Información que éste le requiera y bajo los formatos o metodología que establezca el Instituto, misma que se relacione con la supervisión y verificación del cumplimiento de las medidas contenidas en el presente Instrumento, dentro de los 10 días hábiles siguientes al cierre de cada trimestre, sin menoscabo de requerimientos que pueda realizar el Instituto, en sus actividades de supervisión y verificación. Esta información puede ser contractual, económica, comercial, financiera, de infraestructura o cualquier otra relacionada con sus concesionarias, filiales, empresas relacionadas o que formen parte del grupo de Interés económico.

Por lo que hace a la Información de separación contable, el Agente Económico Preponderante deberá presentarla al Instituto conforme al "Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones expide la metodología de separación contable aplicable a los agentes económicos preponderantes, agentes declarados con poder sustancial de mercado y redes compartidas mayoristas", publicado el 29 de diciembre de 2017 en el Diario Oficial de la Federación o, en su caso, a las disposiciones que la modifiquen o sustituyan.

Medida relacionada con la interpretación y resolución de disputas

En el Oficio de Inicio de Procedimiento, se notificó a los integrantes del AEPR la modificación al primer párrafo de la Medida Vigésima Séptima, en los siguientes términos:

"VIGÉSIMA SÉPTIMA. - En caso de que exista un desacuerdo relacionado a cualquier aspecto técnico referente al Uso Compartido de Infraestructura Pasiva, el Agente Económico Preponderante y/o el Concesionario Solicitante podrán designar, a su costa, a uno o más peritos para que rindan un dictamen. En los casos en que hayan optado por no designar peritos, el Instituto procederá a resolver el desacuerdo con base en la

Información proporcionada por las partes y demás información de la que pueda allegarse, Incluidos peritajes a cargo de este. Para tales efectos, el Agente Económico Preponderante y el Concesionario Solicitante deberán otorgar todas las facilidades que requieran los peritos designados para la consecución de su objeto.

Con la información obtenida, el Instituto resolverá sobre las medidas preventivas o correctivas necesarias y, en su caso, sobre la aplicación de las sanciones que pudieran corresponder.”

Manifestaciones de las Afiliadas Independientes:

Respecto a la modificación de esta medida, no se presentaron manifestaciones por parte de las Afiliadas Independientes.

Manifestaciones de GTV - Televisa:

Respecto a la modificación de esta medida, no se presentaron manifestaciones por parte de GTV - Televisa.

Pruebas ofrecidas por GTV- Televisa.

GTV-Televisa no ofrecieron prueba alguna en el procedimiento de la revisión bienal en radiodifusión relacionada con las medidas propuestas en los oficios de inicio, particularmente con la modificación al primer párrafo de la Medida Vigésima Séptima; no obstante, de haber sido debidamente notificadas de los citados oficios.

Consideraciones del Instituto

Informe conductual

Grupo Televisa.

EXPEDIENTES INCIADOS. Durante 2020 - 2021, no se iniciaron expedientes de denuncia, ni expedientes de oficio por posibles incumplimientos por parte de los integrantes del AEPR.

DENUNCIAS RESUELTAS. Durante 2020 - 2021, no se resolvieron expedientes de denuncia, ni expedientes iniciados de oficio.

Afiliadas Independientes.

EXPEDIENTES INCIADOS. Durante 2020 - 2021, no se iniciaron expedientes de denuncia, ni expedientes de oficio por posibles incumplimientos por parte de los integrantes del AEPR.

DENUNCIAS RESUELTAS. Durante 2020 - 2021, no se resolvieron expedientes de denuncia, ni expedientes iniciados de oficio.

Dictamen sobre las medidas específicas adicionales impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión.

Marco Jurídico. En cumplimiento a lo dispuesto por el último párrafo del artículo 266 de la LFTR, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 6º, fracción XXVII del Estatuto, el Pleno del Instituto emite el dictamen a que hace referencia el último párrafo del artículo 266 de la LFTR.

a) la posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir

Se identificaron diferencias en los marcos regulatorios vigentes tanto para GTV-Televisa así como para las Afiliadas Independientes que, se han ido advirtiendo en el Análisis en Materia de Competencia, las cuales consisten en: (1) GTV-Televisa ofrece solo compartición de infraestructura pasiva mientras que las afiliadas independientes ofrecen aparte de compartición el servicio de emisión de señal y (2) las afiliadas independientes no han contado con derechos para transmitir CAR o no han participado en un club de compra por lo que carga regulatoria podría no ser proporcional a su participación en estas actividades reguladas, dichas diferencias pueden repercutir en una asimetría en la carga regulatoria que no corresponden a las circunstancias del mercado.

Asimismo, se advierte un área de mejora en el proceso para resolución de desacuerdos, toda vez que la medida no establece una alternativa a la designación de peritos, de los cuales, de acuerdo con la medida, recaerán los costos a quienes los designen, por lo que se considera necesario indicar en el procedimiento una alternativa que tenga menos impacto económico para la resolución de los desacuerdos suscitados en la provisión de los servicios a que hace referencia la Medida.

b) la razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación.

Se propone modificar la medida a efecto de que la designación de peritos por parte del AEPR y CS no sea obligatoria, pues no existen elementos para presuponer que cualquier desacuerdo en materia técnica requiera de peritajes y, por ende, no se advierte razonable que las partes deban incurrir en costos aun cuando no lo adviertan necesario. Por tanto, al eliminar la obligatoriedad, se generaría un marco más flexible para la presentación de desacuerdos.

Por otro lado, a partir de la experiencia y madurez en la determinación de las condiciones de los servicios en las ofertas de referencia, es posible para el Instituto dar solución a desacuerdos técnicos sin necesidad de que en todos los casos se requiera allegarse de opiniones adicionales.

Lo anterior permitirá contar un marco regulatorio más flexible que favorezca la prestación de los servicios mayoristas regulados.

No hubo manifestaciones ni pruebas aportadas en lo particular por parte de los integrantes del AEPR para atender.

Como se mencionó en párrafos previos, GTV-Televisa no ofrecieron prueba alguna en el procedimiento de la revisión bienal en radiodifusión relacionada la modificación con el primer párrafo de la Medida Vigésima Séptima, por ende, no existe materia de análisis.

Medida final

En razón de lo expuesto, se determina el texto de la medida conforme a lo siguiente:

VIGÉSIMA SÉPTIMA. - En caso de que exista un desacuerdo relacionado a cualquier aspecto técnico referente al Uso Compartido de Infraestructura Pasiva, el Agente Económico Preponderante y/o el Concesionario Solicitante podrán designar, a su costa, a uno o más peritos para que rindan un dictamen. En los casos en que hayan optado por no designar peritos, el Instituto procederá a resolver el desacuerdo con base en la Información proporcionada por las partes y demás información de la que pueda allegarse, Incluidos peritajes a cargo de este. Para tales efectos, el Agente Económico Preponderante y el Concesionario Solicitante deberán otorgar todas las facilidades que requieran los peritos designados para la consecución de su objeto.

Con la información obtenida, el Instituto resolverá sobre las medidas preventivas o correctivas necesarias y, en su caso, sobre la aplicación de las sanciones que pudieran corresponder.

Medida relacionada con la implementación del SEG

En el Oficio de Inicio de Procedimiento, se notificó a los integrantes del AEPR la modificación al primer párrafo de la Trigésima Primera, en los siguientes términos:

“TRIGÉSIMA PRIMERA. - El Agente Económico Preponderante deberá contar con un Sistema Electrónico de Gestión, el cual será el medio oficial de comunicación con los Concesionarios Solicitantes para la prestación de los servicios de compartición de Infraestructura pasiva y al cual se deberá dar acceso al Instituto con las funcionalidades necesarias para el ejercicio de sus atribuciones de supervisión y verificación. Por lo que deberá proporcionar un perfil específico al Instituto que permita observar en modo consulta y en tiempo real, las interacciones en la prestación de los servicios mayoristas regulados entre el Agente Económico Preponderante y los concesionarios solicitantes. Asimismo, se deberá permitir la consulta y descarga de información.

El Sistema Electrónico de Gestión deberá permitir la eficiente prestación de los servicios y ser consistente con lo establecido en las presentes medidas, así como en la Oferta Pública de Infraestructura.

Cualquier aspecto relativo al Sistema Electrónico de Gestión y su funcionamiento, no previsto en las presentes medidas, será determinado por el Instituto bajo el mecanismo que este determine, sin menoscabo de que para ello se convoque a grupos de trabajo en los que participen el Agente Económico Preponderante y los Concesionarios Solicitantes.”

Manifestaciones de las Afiladas Independientes:

Respecto a la modificación de esta medida, no se presentaron manifestaciones por parte de las Afiliadas Independientes.

GTV-Televisa expuso lo siguiente en sus manifestaciones:

d.2 Resulta excesiva e innecesaria la creación de usuarios del IFT para el SEG.

En el Informe Conductual, señala que el AEPR ha mantenido el SEG en operación y cuenta con información relativa a los elementos de infraestructura, solicitudes y procedimientos.

En los Oficios, ese Instituto solicita que se haga la creación del SEG misma que como lo indica el Informe Conductual se encuentra activo desde la Resolución de Preponderancia, tal y como lo indica en la medida Novena.

De igual manera, ese Instituto a través de la UC notificó al AEPR con fecha 12 de mayo de 2023, el oficio IFT/225/UC/DG-SVRA/0043/2023 mediante el cual solicitan se otorguen usuarios y contraseñas a servidores públicos del Instituto, así como sea inactivado el perfil de un usuario que ya contaba con usuario y contraseña, dicho requerimiento fue desahogado por el AEPR ante la Oficialía de Partes de ese Instituto el día 26 de mayo de 2023 con folio de ingreso 014791.

Por lo anterior, resulta excesiva la adición de la Medida Trigésima Primera de los Oficios ya que el SEG siempre ha estado en funcionamiento, cuenta la información actualizada de los elementos de infraestructura y cumple con los procesos contemplados en las obligaciones de las Medidas, misma que puede verificar ese IFT derivado que el AEPR han brindado usuarios y contraseñas contempladas desde la implementación del mismo.

Pruebas ofrecidas por GTV-Televisa

GTV-Televisa no ofrecieron prueba alguna en el procedimiento de la revisión bienal en radiodifusión relacionada en lo particular con la adición de la Medida Trigésima primera; no obstante, de haber sido debidamente notificadas de los citados oficios.

Consideraciones del Instituto

Informe conductual

Grupo Televisa.

Para 2020 - 2021, se realizaron diversas acciones de supervisión y verificación relativas a la implementación y operación del SEG. En este apartado se presentan los resultados relevantes obtenidos por la DG-SVRA.

IMPLEMENTACIÓN Y MANTENIMIENTO DEL SISTEMA ELECTRÓNICO DE GESTIÓN

El SEG se estableció como el mecanismo para disponer de la información detallada y necesaria que permita a los concesionarios solicitantes tomar decisiones con relación al servicio de compartición de infraestructura.

a) OPERACIÓN DEL SEG

Mantuvo su SEG en operación. Por otra parte: El SEG se encontró en funcionamiento y cuenta con información relativa a los elementos de infraestructura, solicitudes y procedimientos; en ese sentido, se muestra la información contenida en su SEG, de acuerdo con los procesos contemplados en las obligaciones de las Medidas.

Cuadro 14. Características del SEG

Integrante del AEPR	SEG	Usuario y contraseña	Información de infraestructura	Contratación de servicios	Reporte y seguimiento de fallas	Consultas de solicitudes	Flujo de información	Número telefónico	Dirección de correo electrónico
Grupo Televisa	www.opitelevisa.com	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✓

b) SOLICITUDES DE ACCESO AL SEG

Manifestó que no tuvo solicitudes de acceso al SEG. Asimismo, manifestó no haber realizado trabajos de instalación o ampliación de torre o caseta, reflejados en el mismo.

Afiliadas Independientes

Para 2020 - 2021, se realizaron diversas acciones de supervisión y verificación relativas a la implementación y operación del SEG. En este apartado se presentan los resultados relevantes obtenidos por la DG-SVRA.

IMPLEMENTACIÓN Y MANTENIMIENTO DEL SISTEMA ELECTRÓNICO DE GESTIÓN

El SEG se estableció como el mecanismo para disponer de la información detallada y necesaria que permita a los concesionarios solicitantes tomar decisiones con relación al servicio de compartición de infraestructura.

a) OPERACIÓN DEL SEG

- Las Afiliadas Independientes mantienen la operación del SEG conforme a los siguientes grupos:
 - TV de Culiacán, S.A. de C.V. y Televisión del Pacífico, S.A. de C.V.
 - José Humberto y Loucille, Martínez Morales y Televisión de Michoacán, S.A. de C.V.
- El resto de las Afiliadas Independientes mantienen en operación su SEG de manera individual.
- De los 19 SEG que conforman las Afiliadas Independientes, 17 se encontraron en funcionamiento y contaban con información relativa a los elementos de infraestructura, solicitudes y procedimientos; en ese sentido, se muestra un comparativo de la información contenida en los SEG, de acuerdo con los procesos contemplados en las obligaciones de las Medidas y en la OPI.
- Televisora XHBO, S.A. de C.V.⁴⁵, Hilda Graciela Rivera Flores y Televisora Potosina, S.A. de C.V., no proporcionaron información para el periodo en revisión, por lo que continúan las actividades de supervisión y verificación.
- Ahora bien, algunas particularidades respecto de los SEG en funcionamiento son:
 - TV de Culiacán, S.A. de C.V. y Televisión del Pacífico, S.A. de C.V., son los únicos que requieren del llenado de una solicitud para proporcionar la información referente.
 - En algunos casos, las solicitudes y los procedimientos deben descargarse, llenarse y enviarse a través de correo electrónico.

b) SOLICITUDES DE ACCESO AL SEG

Las Afiliadas Independientes manifestaron que no tuvieron solicitudes de acceso al SEG. Asimismo, manifestaron no haber realizado trabajos de instalación o ampliación de torre o caseta, reflejados en el mismo.

Televisora XHBO, S.A. de C.V., Hilda Graciela Rivera Flores y Televisora Potosina, S.A. de C.V., no proporcionaron información para el periodo en revisión, por lo que continúan las actividades de supervisión y verificación.

Dictamen sobre las medidas específicas adicionales impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión.

Marco Jurídico. En cumplimiento a lo dispuesto por el último párrafo del artículo 266 de la LFTR, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 6º, fracción XXVII del Estatuto, el Pleno del Instituto emite el dictamen a que hace referencia el último párrafo del artículo 266 de la LFTR.

a) la posible afectación a la competencia económica que se pretende corregir

En la Resolución de Preponderancia se señala que el AEPR debe informar a los Concesionarios Solicitantes respecto a la realización de nueva obra civil a través de un sistema electrónico, así como mantener actualizada la información y normativa técnica acerca de sus instalaciones, además de los procedimientos definidos para la solicitud de servicios. Sin embargo, pese a que en las medidas establecidas en la Resolución de Preponderancia señalan la entrada en vigor del SEG, no se mandaba al AEPR su creación, lo cual podría generar incertidumbre al no existir una Medida dentro del marco regulatorio que indique las especificaciones que debe cumplir dicho sistema y que a su vez represente un riesgo con la información que ya contiene y se transmite a través del SEG.

Dado lo anterior, este Instituto considera importante que las medidas actuales señalen al AEPR la obligación de crear el SEG, aun considerando que éste ya se encuentra en funcionamiento, y se señala que este sea el medio de comunicación oficial para la prestación de los servicios de compartición de infraestructura pasiva, para con ello eliminar cualquier incentivo a no mantener el SEG. Esta modificación a la medida Decima Novena y Trigésima primera permite reducir las asimetrías de información entre el AEPR, el Instituto y el Concesionario Solicitante.

b) la razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación.

Toda vez que el SEG ya se encuentra en funcionamiento, tal y como se mandata en la Resolución de Preponderancia, se propone adicionar y ajustar la medida para señalar que el AEPR ya debe contar con el SEG, y no crearlo, además, las características que se proponen en la modificación, corresponde a precisiones tales como que dicho sistema deberá ser el medio de comunicación oficial entre el AEPR y los Concesionarios Solicitantes, de tal forma que en todo momento esté actualizado conforme la OPI, y se ajuste la información que debe de mostrar y que a su vez, el Instituto pueda entrar al sistema para llevar a cabo las actividades de supervisión y verificación.

Cabe mencionar que las modificaciones tienen por objeto brindar certeza y eliminar cualquier incentivo a no emplearlo como medio para los tramites de gestión de los servicios de la compartición de infraestructura, así como reducir asimetrías de información y potenciales barreras a la competencia.

Dado que el Instituto tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión busca cumplir con los principios de fomento a la competencia, eliminar barreras a la entrada de nuevos competidores y la libre competencia, por lo que es de suma importancia que los concesionarios interesados en adquirir el servicio de compartición de infraestructura pasiva con el AEPR tengan la información necesaria, actualizada y detallada relativa a los servicios que son esenciales para la transmisión de sus señales en el momento que les sea necesario, de este modo se incentiva a adquirir los servicios de compartición de infraestructura, dado que al tener la información detallada y en el tiempo necesario los Concesionarios Solicitantes no tendrán incertidumbre de los servicios que pretenden adquirir. Asimismo, que el Instituto cuente con un perfil para observar cuando considere

necesario, las condiciones en que el AEPR ofrece los servicios, permitirá al Instituto identificar posibles actos discriminatorios o condicionamientos para la contratación de sus servicios de compartición de Infraestructura, lo que representa certidumbre a los Concesionarios Solicitantes.

Por último, no se omite señalar que la OPI vigente contemplará las modificaciones a las medidas referente al SEG reflejadas en la Medida novena y Trigésima primera, y que, además, en la actualidad el SEG funge como medio principal en los trámites de gestión de los servicios de la OPI, por lo que la modificación actual de las medidas se considera suficiente y no implica una carga excesiva hacia el AEPR.

Valoración de las pruebas

Como se mencionó en párrafos previos, GTV-Televisa no ofreció prueba alguna en el procedimiento de inicio de la revisión bienal en radiodifusión relacionada con la adición de la Medida Trigésima Primera, por ende, no existe materia de análisis.

En relación con las manifestaciones transcritas previamente, el Instituto expone lo siguiente:

Como se señaló anteriormente y bien se señala GTV-Televisa en su respuesta al Oficio de Inicio, el SEG ya está en funcionamiento desde la Resolución de Preponderancia, por lo que, es de señalar que si bien la medida TRIGÉSIMA PRIMERA señala la obligación de contar con un SEG, en virtud de que ya se encuentra en funcionamiento en razón de lo dispuesto en la medida Novena y demás aplicables, no se considera excesivo la implementación de la medida, toda vez que ya se encuentra operando el SEG aunando a que la medida no ordena realizar su instalación y plazo para inicio de operación, sino solamente establece que “se debe de contar con el SEG”, por ende no debe instalarlo nuevamente. Además, al ya existir un SEG, no se estaría generando una carga económica adicional al AEPR a raíz de la introducción de esta medida, y además sólo se está especificando las características que debe tener el SEG, y que se justifican conforme a lo señalado en el inciso **b) la razonabilidad de las medidas con relación a dicha afectación**, que por economía procesal se tiene como reproducidas como si a la letra se insertasen. Por otro lado, la creación de usuarios específicos para el Instituto permitirá las labores de supervisión y verificación de las obligaciones contenidas en las medidas de Infraestructura.

Medida final

En razón de lo expuesto, se determina el texto de la medida conforme a lo siguiente:

TRIGÉSIMA PRIMERA. - El Agente Económico Preponderante deberá contar con un Sistema Electrónico de Gestión, el cual será el medio oficial de comunicación con los Concesionarios Solicitantes para la prestación de los servicios de compartición de Infraestructura pasiva y al cual se deberá dar acceso al Instituto con las funcionalidades necesarias para el ejercicio

de sus atribuciones de supervisión y verificación. Por lo que deberá proporcionar un perfil específico al Instituto que permita observar en modo consulta y en tiempo real, las interacciones en la prestación de los servicios mayoristas regulados entre el Agente Económico Preponderante y los concesionarios solicitantes. Asimismo, se deberá permitir la consulta y descarga de información.

El Sistema Electrónico de Gestión deberá permitir la eficiente prestación de los servicios y ser consistente con lo establecido en las presentes medidas, así como en la Oferta Pública de Infraestructura.

Cualquier aspecto relativo al Sistema Electrónico de Gestión y su funcionamiento, no previsto en las presentes medidas, será determinado por el Instituto bajo el mecanismo que este determine.

Transitorias

Se considera pertinente mencionar que los Transitorios guardan estrecha relación con el cumplimiento de los objetivos de las presentes Medidas, toda vez que permiten generar un entorno favorable y mitigar efectos adversos en la implementación de Medidas, y resultan fundamentales para dotar de certeza jurídica a los regulados ya que rigen situaciones temporales y establecen reglas claras para situaciones particulares, con lo que se evitan confusiones y se facilita la implementación de la nueva normativa.

Por lo anterior se advierte necesario la inclusión del Transitorio Primero para dotar de certeza jurídica a los regulados acerca de la temporalidad en la que se estará observando las presentes Medidas, el Transitorio Segundo tiene por objeto brindar un periodo razonable en el que se permita al AEPR implementar los ajustes al SEG a que hace referencia la Medida Trigésima Primera, considerando para ello que, como se advirtió en las manifestaciones del AEPR, el SEG ya se encuentra implementado, por lo que el periodo en cuestión es para reflejar los posibles ajustes que resulten de la implementación de dicha Medida.

Por otro lado, el Transitorio Tercero pretende establecer el periodo en el que el AEPR deberá presentar la OPI a que hace referencia las Medidas de Compartición de Infraestructura, considerando para ello las modificaciones establecidas en la presente Resolución, con ello, se pretende brindar certeza jurídica al AEPR acerca de la presentación de la OPI que deberá observar la implementación de las presentes Medidas.

Adicionalmente con el Transitorio Cuarto se dota de certeza jurídica y brinda claridad acerca de la información que deberá presentar al Instituto en términos de lo establecido en la Medida Vigésima Segunda.

Finalmente, el Transitorio Quinto tiene por objeto clarificar y dotar de certeza jurídica acerca del periodo a que hace referencia la Medida Trigésima de la presente Resolución.

Quinto.- Alegatos.

Alegatos presentados por GTV-Televisa, Hilda Graciela Rivera Flores, T.V. Ocho, S.A. de C.V., José Humberto y Loucille Martínez Morales, y Televisión de Michoacán, S.A. de C.V.

GTV-Televisa presentaron sus escritos de alegatos, el día 11 de enero de 2024, en los cuales reiteraron las manifestaciones realizadas previamente en sus escritos de manifestaciones de 13 de octubre de 2023, dichos alegatos se tuvieron por presentados dentro del plazo legal concedido, a través del acuerdo 65/15/01/2024, de 15 de enero de 2024.

En virtud de que las manifestaciones hechas valer por GTV-Televisa, ya fueron atendidas por el Instituto, por economía procesal ténganse aquí por reproducidas como si a la letra se insertasen en obvio de repeticiones innecesarias¹⁹⁹, las consideraciones que el Instituto realizó dentro de los diversos apartados contenidos en el **“Análisis de las Manifestaciones Generales realizadas por los Integrantes del AEPR”** del considerando **SEGUNDO** de esta resolución.

Mario Enrique Mayans Concha

Ahora bien, respecto de los alegatos formulados por Mario Enrique Mayans Concha, si bien fueron presentados en tiempo, tal y como quedó asentado mediante el acuerdo 65/15/01/2024, de 15 de enero de 2024, cabe señalar que las manifestaciones expuestas en su escrito de 8 de enero de 2024, registrado con número de folio 000251, no versan sobre bien probado, dado que los razonamientos que formuló se refieren a argumentos que no se hicieron valer en el momento procesal oportuno, como se advierte del Acuerdo 17/29/09/2023, de 29 de septiembre de 2023, en el que se tuvo por precluido su derecho para realizar manifestaciones y ofrecer elementos de prueba en relación con el oficio de inicio de procedimiento administrativo.

Asimismo, las manifestaciones vertidas en su escrito de alegatos no trascienden en el sentido de esta resolución, ya que los alegatos tienen como finalidad recapitular lo expuesto y probado en la secuela procesal, lo que no aconteció por haber precluido su derecho para realizar manifestaciones y ofrecer pruebas. Aunado a lo anterior, bajo ninguna circunstancia el Instituto ha pretendido que **Mario Enrique Mayans Concha** tenga el carácter de concesionario de servicios de Radiodifusión; sin embargo, ese hecho no lo exime del cumplimiento a las medidas asimétricas y ser destinatario de las mismas en la medida en que tenga injerencia directa o indirecta en la utilización o control de la infraestructura, la

¹⁹⁹ Por analogía, resulta aplicable la Tesis de jurisprudencia 717, con número de registro 1007637, Apéndice de 2011, Tomo IV. Administrativa Segunda Parte - TCC Primera Sección – Administrativa, Novena Época, p. 836, de rubro: “ALEGATOS. CUANDO DEBEN SER EXAMINADOS EN LA SENTENCIA DEFINITIVA.”

prestación de los servicios de radiodifusión y la utilización o control de los insumos relacionados con tal prestación.

Es importante señalar, que del contenido al citado escrito de alegatos, no se advierte que contenga razonamientos relacionados con la Revisión de Medidas de Regulación Asimétricas Impuestas al AEPR, sino que el peticionario únicamente reiteró su petición formulada a través de su diversa promoción de 8 de enero de 2024, a través de la cual solicitó se le deje de considerar como integrante del AEPR.

En ese sentido, no debe pasar inadvertido que la salida del Agente Económico Preponderante en Radiodifusión corre mediante procedimiento diverso al de la Revisión de Medidas Asimétricas Impuestas al AEPR, por lo que, los alegatos presentados por el **C. Mario Enrique Mayans Concha**, al no ser propios para combatir las propuestas de modificación, supresión o adición de medidas señaladas mediante el oficio de inicio de procedimiento, no trascienden al sentido de la presente resolución.

Hilda Graciela Rivera Flores:

Con relación a los alegatos formulados por Hilda Graciela Rivera Flores, si bien fueron presentados en tiempo, tal y como quedó asentado mediante el acuerdo 65/15/01/2024, de 15 de enero de 2024, cabe señalar que las manifestaciones expuestas en su escrito de 8 de enero de 2024, registrado con número de folio 000186, no versan sobre bien probado, dado que los razonamientos que formuló se refieren a argumentos que no se hicieron valer en el momento procesal oportuno, como se advierte del Acuerdo 14/29/9/2023, de 29 de septiembre de 2023, en el que se tuvo por precluido su derecho para realizar manifestaciones y ofrecer elementos de prueba en relación con el Procedimiento Administrativo.

Asimismo, las manifestaciones vertidas en su escrito de alegatos no trascienden en el sentido de esta resolución, ya que los alegatos tienen como finalidad recapitular lo expuesto y probado en la secuela procesal, lo que no aconteció por haber precluido su derecho para realizar manifestaciones y ofrecer pruebas.

Ahora bien, del contenido al citado escrito de alegatos, no se advierte que contenga razonamientos relacionados con la Revisión de Medidas de Regulación Asimétricas Impuestas al AEPR, toda vez que únicamente hace diversos señalamientos relacionados con su título de concesión, tales como su vigencia, por lo que, dichos alegatos no trascienden en el sentido de esta resolución.

En ese sentido, los alegatos presentados por Hilda Graciela Rivera Flores, al no ser propios para combatir las propuestas de modificación, supresión o adición de medidas señaladas mediante el oficio de inicio de procedimiento, no trascienden al sentido de la presente resolución.

T.V. Ocho, S.A. de C.V.

Respecto de los alegatos formulados por la persona moral **T.V. Ocho, S.A. de C.V.**, por conducto del C. [Nombre de persona física], quien se ostentó como su representante legal, si bien fueron presentados en tiempo, tal y como quedó asentado mediante el acuerdo **65/15/01/2024**, de 15 de enero de 2024, cabe señalar que las manifestaciones expuestas en su escrito de 10 de enero de 2024, registrado con número de folio **000597**, no versan sobre bien probado, dado que los razonamientos que formuló se refieren a argumentos que no se hicieron valer en el momento procesal oportuno, como se advierte del Acuerdo **11/29/9/2023**, de 29 de septiembre de 2023, en el que se tuvo por precluido su derecho para realizar manifestaciones y ofrecer elementos de prueba en relación con el Procedimiento Administrativo.

Asimismo, las manifestaciones vertidas en su escrito de alegatos no trascienden en el sentido de esta resolución, ya que los alegatos tienen como finalidad recapitular lo expuesto y probado en la secuela procesal, lo que no aconteció por haber precluido su derecho para realizar manifestaciones y ofrecer pruebas.

En efecto, de la lectura al escrito de alegatos presentado por el representante legal de **T.V. Ocho, S.A. de C.V.**, no se advierte que contenga razonamientos relacionados con la Revisión de Medidas de Regulación Asimétricas Impuestas al AEPR, toda vez que únicamente fue señalado el hecho de que, con motivo del acaecimiento de ciertas condiciones económicas desfavorables, resultó imposible cubrir con la contraprestación del refrendo de concesión, por lo que ante la falta de pago sobrevino la terminación de la concesión por vencimiento de su representada; que esta última ya no cuenta con relación alguna con el AEPR GTV-Televisa; y que ya no le fue proporcionado ningún contenido programático a partir del 12 de diciembre de 2022, por lo cual debe excluirse a su representada de cualquier relación con el AEPR GTV-Televisa, así como de cualquier otra imputación que se pretenda hacer a su representada.

En ese sentido, los alegatos presentados por el **T.V., Ocho, S.A. de C.V.**, al no ser propios para combatir las propuestas de modificación, supresión o adición de medidas señaladas mediante el oficio de inicio de procedimiento, no trascienden al sentido de la presente resolución.

José Humberto y Loucille Martínez Morales, y Televisión de Michoacán, S.A. de C.V.

Por lo que hace a los alegatos formulados por **José Humberto y Loucille Martínez Morales**, así como **Televisión de Michoacán, S.A. de C.V.**, por conducto de su apoderada legal común, la C. [Nombre de persona física] si bien fueron presentados en tiempo, tal y como quedó asentado mediante el acuerdo **65/15/01/2024**, de 15 de enero de 2024, cabe señalar que las manifestaciones expuestas en su escrito de 2 de enero de 2024, presentado el día 10 del mismo mes y año, registrado con número de folio **000597**, no

versan sobre bien probado, dado que los razonamientos que formuló se refieren a argumentos que no se hicieron valer en el momento procesal oportuno, como se advierte de los Acuerdos **16/29/9/2023**, y **20/29/9/2023**, ambos de 29 de septiembre de 2023, en los cuales se tuvo por precluido el derecho de **José Humberto y Loucille Martínez Morales y de Televisión de Michoacán, S.A. de C.V.**, respectivamente, para realizar manifestaciones y ofrecer elementos de prueba en relación con el Procedimiento Administrativo.

Asimismo, las manifestaciones vertidas en dicho escrito de alegatos no trascienden en el sentido de esta resolución, ya que los alegatos tienen como finalidad recapitular lo expuesto y probado en la secuela procesal, lo que no aconteció por haber precluido su derecho para realizar manifestaciones y ofrecer pruebas.

Es importante señalar que, de la lectura al escrito de alegatos presentado por la apoderada común de **José Humberto y Loucille Martínez Morales, así como de Televisión de Michoacán, S.A. de C.V.**, no se advierte que contenga razonamientos relacionados con la Revisión de Medidas de Regulación Asimétricas Impuestas al AEPR, pues únicamente señaló, bajo protesta de decir verdad, que sus representados concluyeron con la vigencia de sus respectivos títulos de concesión, por lo que no pueden guardar el carácter de concesionarios, ni tampoco forman parte del AEP al no ser ya afiliados de Grupo Televisa.

En ese sentido, los alegatos presentados por **José Humberto y Loucille Martínez Morales, y por Televisión de Michoacán, S.A. de C.V.**, al no ser propios para combatir las propuestas de modificación, supresión o adición de medidas señaladas mediante el oficio de inicio de procedimiento, no trascienden al sentido de la presente resolución. Por último, no debe soslayarse que aun y cuando todos los integrantes del AEPR fueron debidamente notificados del cierre del periodo probatorio y apertura de la etapa de alegatos, Televisión de la Frontera, S.A., Televisión La Paz, S.A., Pedro Luis Fitzmaurice Meneses, Canal 13 de Michoacán S.A. de C.V., Televisora Potosina S.A. de C.V., y Media Sports de México S.A. de C.V., no presentaron escrito de alegatos, lo anterior de conformidad con el acuerdo **65/15/07/2024** de 15 de enero del 2024.

Por lo anteriormente expuesto, con fundamento en los artículos 6o., apartado B, fracción III, y 28 párrafos décimo quinto, décimo sexto y vigésimo, fracción VII, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 1, 2, 6, último párrafo, 7, 15 fracciones XVIII, 262 y 266 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión; 35 fracción I, 36, 38 y 39 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo; 197, 202, 203 y 218 del Código Federal de Procedimientos Civiles; 1, 4 fracción I, 6 fracciones I, VI, XXVII del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones; y la medida Trigésima del Anexo 1 de la "RESOLUCIÓN MEDIANTE LA CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES DETERMINA AL GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO DEL QUE FORMAN PARTE GRUPO TELEVISIÓN S.A.B., CANALES DE TELEVISIÓN

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

Resolución

Primero.- Se resuelve modificar las medidas impuestas al agente económico preponderante en el sector radiodifusión, conforme al resultado de la evaluación bienal de las medidas en términos de competencia y conforme a lo dispuesto en los considerandos Segundo, Tercero y Cuarto de la presente Resolución.

Segundo.- Se emite la modificación de medidas contenida en el Anexo 1 de la presente resolución, en términos y conforme a lo dispuesto en los considerandos Segundo, Tercero y Cuarto de la presente Resolución.

Tercero.- En cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 312 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en relación con el artículo 3, fracción XV de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, de aplicación supletoria en términos del artículo 6, fracción IV de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, se hace de conocimiento a los integrantes del AEPR que la presente Resolución constituye un acto administrativo definitivo y por lo tanto, procede ante los Juzgados de Distrito Especializados en Materia de Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones, con residencia en la Ciudad de México y Jurisdicción territorial en toda la República, el juicio de amparo indirecto, que debe ser interpuesto dentro del plazo de quince (15) días hábiles, contados a partir del día hábil siguiente a aquel en que surta efectos la notificación de la

presente resolución en términos del artículo 38 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, de conformidad con los artículos 17 y 18 de la Ley de Amparo, Reglamentaria de los artículos 103 y 107 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Cuarto.- Notifíquese personalmente a los integrantes del grupo de interés económico del Agente Económico Preponderante en el Sector de Radiodifusión, conformado por Grupo Televisa, S.A.B., Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V., Radio Televisión, S.A. de C.V., Servicios RTMN, S.A. de C.V. (antes Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.), Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojua, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., Televisora Peninsular, S.A. de C.V., Mario Enrique Mayans Concha, Televisión La Paz, S.A., Televisión de la Frontera, S.A., Pedro Luis Fitzmaurice Meneses, Hilda Graciela Rivera Flores, Televisión de Michoacán, S.A. de C.V., José Humberto y Loucille, Martínez Morales, Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V., TV Ocho, S.A. de C.V., Televisora Potosina, S.A. de C.V., Televisa, S. de R.L. de C.V.(como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V. y Televisora de Mexicali, S.A. de C.V) y Media Sports de México S.A de C.V.

Javier Juárez Mojica
Comisionado Presidente*

Arturo Robles Rovalo
Comisionado

Sóstenes Díaz González
Comisionado

Ramiro Camacho Castillo
Comisionado

Resolución P/IFT/170424/118, aprobada por unanimidad en la X Sesión Ordinaria del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, celebrada el 17 de abril de 2024.

Lo anterior, con fundamento en los artículos 28, párrafos décimo quinto, décimo sexto y vigésimo, fracción I de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 7, 16, 23, fracción I y 45 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y 1, 7, 8 y 12 del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones.

El Comisionado Arturo Robles Rovalo, previendo su ausencia justificada, emitió su voto razonado por escrito en términos de los artículos 45, párrafo tercero de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y 8, párrafo segundo del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones.

* En suplencia por ausencia del Comisionado Presidente del Instituto Federal de Telecomunicaciones, suscribe el Comisionado Javier Juárez Mojica, con fundamento en el artículo 19 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

ANEXO 1

MEDIDAS RELACIONADAS CON LA COMPARTICIÓN DE INFRAESTRUCTURA, CONTENIDOS, PUBLICIDAD E INFORMACIÓN QUE SON APLICABLES AL GIETV EN SU CARÁCTER DE AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN.

MEDIDAS QUE, DE LA RESOLUCIÓN DE PREPONDERANCIA, SE MODIFICAN, ADICIONAN Y SUPRIMEN PARA GTV-TELEVISIÓN.

Se **MODIFICA** el primer párrafo e inciso 11) de la MEDIDA SEGUNDA, la MEDIDA CUARTA, primer y actual tercer párrafos de la MEDIDA QUINTA, primer párrafo de la MEDIDA NOVENA, la MEDIDA DÉCIMA TERCERA, la MEDIDA DÉCIMA SÉPTIMA, primer párrafo de la MEDIDA DÉCIMA OCTAVA, primer párrafo de la MEDIDA DÉCIMA NOVENA, primer y segundo párrafos de la MEDIDA VIGÉSIMA PRIMERA, primer y segundo párrafos de la MEDIDA VIGÉSIMA SEGUNDA, primer párrafo de la MEDIDA VIGÉSIMA TERCERA y primer párrafo de la MEDIDA VIGÉSIMA SÉPTIMA; se **ADICIONA** el inciso 1), segundo y último párrafos de la MEDIDA SEGUNDA, la MEDIDA CUARTA BIS, segundo párrafo de la MEDIDA QUINTA, segundo y tercer párrafos de la MEDIDA DÉCIMA OCTAVA, segundo párrafo de la MEDIDA DÉCIMA NOVENA, primer párrafo, incisos a), b), c), d) y e) de la MEDIDA VIGÉSIMA PRIMERA, actual segundo, tercer y cuarto párrafos de la MEDIDA VIGÉSIMA SEGUNDA segundo párrafo de la MEDIDA VIGÉSIMA TERCERA y la MEDIDA TRIGÉSIMA PRIMERA; se **SUPRIMEN** los incisos 6) y 7) de la MEDIDA SEGUNDA, actual quinto párrafo de la MEDIDA QUINTA, y la MEDIDA DÉCIMA SEXTA, todas ellas del Anexo 1 denominado *“MEDIDAS RELACIONADAS CON LA COMPARTICIÓN DE INFRAESTRUCTURA, CONTENIDOS, PUBLICIDAD E INFORMACIÓN QUE SON APLICABLES AL GIETV EN SU CARÁCTER DE AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN”*, que forma parte integrante de la Resolución aprobada el 6 de marzo de 2014 por el Pleno de este Instituto mediante Acuerdo P/IFT/EXT/060314/77, para quedar como sigue:

“SEGUNDA. - Sin perjuicio de las definiciones previstas en el artículo 3 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, para efectos de las presentes medidas, se entenderá por:

1) ...

Lo anterior, con excepción de aquellos agentes para los cuales el Pleno del Instituto haya determinado que dejaron de formar parte de aquel, por lo que ya no les resulta aplicable la regulación asimétrica.

2) a 5)...

6) SUPRIMIDO

7) SUPRIMIDO

8) a 10) ...

11) Uso Compartido de Infraestructura Pasiva. El uso por dos o más estaciones de televisión radiodifundida de su infraestructura Pasiva que resulta necesaria para la provisión de Servicios de Televisión Radiodifundida Concesionada.

12) ...

Los términos anteriormente definidos podrán utilizarse indistintamente en singular o plural, mayúsculas o minúsculas. Asimismo, los términos, estándares, formatos, interfaces y protocolos no definidos en el presente documento tendrán el significado establecido en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en las demás disposiciones aplicables, las recomendaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, o en su defecto, las recomendaciones emitidas por organismos internacionales reconocidos que resulten aplicables.

DE LA INFRAESTRUCTURA

CUARTA. - El Agente Económico Preponderante deberá presentar para aprobación del Instituto, a más tardar el 30 de junio del año que corresponda, una propuesta de Oferta Pública de Infraestructura que deberá contener las condiciones aplicables a la compartición de Infraestructura Pasiva necesaria para la prestación del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada, y deberá contener cuando menos lo siguiente:

- Servicios mayoristas establecidos de manera específica, características y condiciones aplicables;
- Información sobre la localización exacta de las instalaciones de la Infraestructura Pasiva necesarias para la eficiente prestación del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada;
- Características técnicas de la Infraestructura a detalle.
- Procesos, procedimientos y plazos para la solicitud y entrega de los servicios, visitas técnicas, conciliación y facturación, reparación de fallas, mantenimiento y gestión de incidencias, y demás actividades necesarias para la eficiente prestación de los servicios mayoristas;
- Parámetros e indicadores de calidad de servicio;
- Información que deberá reflejarse en el Sistema Electrónico de Gestión;
- Normativa técnica necesaria para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva;
- Penas convencionales aplicables y proporcionales al incumplimiento;
- Normas de seguridad para el acceso a las instalaciones;
- Modelo de convenio para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva;

La propuesta que presente el Agente Económico Preponderante deberá reflejar, al menos, condiciones equivalentes a las de la Oferta de Referencia vigente.

La vigencia de la Oferta Pública de Infraestructura será de dos años calendario e iniciará el 1º de enero del año inmediato siguiente a aquel en que se exhiba para autorización la propuesta respectiva.

El Agente Económico Preponderante no podrá establecer condiciones que inhiban la competencia en la prestación de los servicios objeto de la oferta o cualquier otro requisito que no sea necesario para la eficiente prestación del servicio, ni:

- Aplicar condiciones discriminatorias y/o abusivas en la prestación de los servicios, por lo, que deberán ofrecer los mismos términos y condiciones establecidos en la Oferta Pública de Infraestructura a cualquier Concesionario Solicitante que se lo requiera.
- Aplicar términos y condiciones distintos a los establecidos en la Oferta Pública de Infraestructura a sus propias operaciones, de las empresas que pertenezcan a su grupo de interés económico, o las que se encuentren bajo su control o influencia.
- Condicionar la provisión de los servicios a comprar, adquirir, vender o proporcionar otro bien o servicio adicional o diferente de aquel.
- Sujetar la provisión de los servicios a la condición de no adquirir, vender, comercializar o proporcionar los servicios proporcionados o comercializados por un tercero.
- Sujetar la provisión de los servicios a la aceptación de condiciones adicionales o distintas a las establecidas en la Oferta Pública de Infraestructura.

La propuesta de Oferta Pública de Infraestructura se someterá a consulta pública por un periodo de treinta días naturales.

El Instituto requerirá al Agente Económico Preponderante modificar los términos y condiciones de la propuesta de Oferta Pública de Infraestructura cuando no se ajuste a lo establecido en las presentes medidas o a su juicio no ofrezca condiciones que favorezcan la competencia en el sector, a más tardar el 10 de septiembre del año de la presentación de dicha oferta.

El Agente Económico Preponderante deberá presentar nuevamente al Instituto la propuesta de Oferta Pública de Infraestructura, con las modificaciones solicitadas por el Instituto a más tardar el 15 de octubre del año de su presentación.

En caso de que la nueva propuesta de Oferta Pública de Infraestructura no se ajuste a lo establecido en las presentes medidas, el Instituto la modificará en sus términos y condiciones.

En caso de que el Agente Económico Preponderante no presente la propuesta de Oferta Pública de Infraestructura o su modificación en el plazo establecido, el Instituto emitirá las reglas conforme a las cuales deberá prestarse el Uso Compartido de Infraestructura pasiva.

El Agente Económico Preponderante publicará la Oferta Pública de Infraestructura autorizada por el Instituto a más tardar el 30 de noviembre del año de su presentación en su sitio de Internet, y deberá mantenerla en dicho sitio hasta la publicación de una nueva Oferta Pública de Infraestructura. El Instituto publicará la Oferta Pública de Infraestructura en su sitio de Internet.

Lo anterior con independencia de que el Agente Económico Preponderante y el Concesionario Solicitante puedan acordar la firma de convenios con términos y condiciones distintos a lo establecido en la Oferta Pública de Infraestructura.

CUARTA BIS. Las tarifas aplicables a los servicios para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva se negociarán entre el Agente Económico Preponderante y el Concesionario Solicitante. Transcurridos 60 días naturales contados a partir del inicio de las negociaciones sin que las partes hayan celebrado un acuerdo, o antes si así lo solicita cualquiera de las partes, el Instituto determinará las tarifas mediante una metodología de costos incrementales promedio de largo plazo, y demás condiciones que no hayan podido convenirse.

Las tarifas de los servicios para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva deberán ofrecerse en términos no discriminatorios.

Las tarifas negociadas entre las partes o determinadas por el Instituto serán consideradas de carácter público.

QUINTA. - El Agente Económico Preponderante deberá suscribir un convenio, o su modificatorio, con cada Concesionario Solicitante para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva dentro de los 30 días naturales siguientes a la solicitud por escrito del Concesionario Solicitante. Un ejemplar del convenio y/o de su modificatorio deberá remitirse al Instituto dentro de los diez días hábiles posteriores a su celebración para su inscripción en el Registro Público de Telecomunicaciones.

Adicionalmente, el Agente Económico Preponderante deberá notificar a los Concesionarios Solicitantes, a través del Sistema Electrónico de Gestión, dentro de un plazo de cinco días naturales posteriores a su suscripción, que ha firmado un nuevo convenio o su modificatorio, especificando de manera descriptiva los términos y condiciones que, en su caso, se actualicen respecto del modelo de convenio autorizado por el Instituto.

El Agente Económico Preponderante está obligado a otorgar en términos no discriminatorios, dentro de un plazo que no exceda de 30 días naturales, contados a partir de la fecha en que le sea notificada la solicitud de servicios por parte de un Concesionario Solicitante, el acceso inicial a la Infraestructura compartida.

...

SUPRIMIDO

NOVENA. - El Agente Económico Preponderante deberá poner a disposición del Instituto y de los Concesionarios Solicitantes, a través del Sistema Electrónico de Gestión, información relativa a sus instalaciones, de conformidad con las características y nivel de detalle que establezca la Oferta Pública de Infraestructura. La información deberá estar actualizada en el Sistema Electrónico de Gestión a más tardar el día 10 de cada mes calendario, con corte al último día del mes previo y deberá contener, al menos, lo siguiente:

- ...
- ...
- ...
- ...

DÉCIMA TERCERA. - El Agente Económico Preponderante deberá permitir a los Concesionarios Solicitantes la Visita Técnica, en los términos y condiciones que el Instituto autorice en la Oferta Pública de Infraestructura.

DÉCIMA SEXTA. - SUPRIMIDA

DÉCIMA SÉPTIMA. - El Agente Económico Preponderante deberá atender las solicitudes para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva de la misma forma en que atiende las solicitudes para su propia operación, y para sus afiliadas, filiales, subsidiarias o empresas que pertenezcan al mismo grupo de interés económico.

DE LOS CONTENIDOS

DÉCIMA OCTAVA. - Ningún integrante del Agente Económico Preponderante podrá adquirir, directa o indirectamente, derechos para transmitir en exclusiva, a través de televisión radiodifundida para cualquier lugar del territorio nacional, Contenidos Audiovisuales Relevantes, o realizar conductas con efectos similares.

En caso de que algún organismo o entidad ofrezca los derechos de transmisión de Contenidos Audiovisuales Relevantes en exclusiva o que dichos derechos estén disponibles para un solo agente en territorio nacional, el Agente Económico Preponderante, directamente o a través de subsidiarias y afiliadas propias o de participación mayoritaria que se encuentren bajo su control o influencia, sí podrá adquirir y mantener dichos derechos para ser transmitidos a través de televisión radiodifundida, solo si adquiere el derecho a sublicenciarlos a otros prestadores del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada, así como a terceros que sin ser concesionarios presten el servicio a través de un canal de programación en multiprogramación de conformidad con los Lineamientos Generales para el Acceso a la Multiprogramación o aquella disposición que la modifique o sustituya. En estos casos, el Agente Económico Preponderante deberá poner a disposición de estos los derechos para transmitir Contenidos Audiovisuales Relevantes sobre los que

este adquiera o tenga derechos de transmisión, en condiciones no discriminatorias y que no inhiban la competencia.

El Agente Económico Preponderante deberá presentar al Instituto, en un plazo no mayor a 10 días hábiles siguientes a su suscripción, los contratos, convenios o cualquier documento que avale el sub-licenciamiento de Contenidos Audiovisuales Relevantes que haya firmado con los prestadores del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada o terceros que presten el servicio a través de un canal de programación en multiprogramación.

DÉCIMA NOVENA. - Cuando el Agente Económico Preponderante ofrezca cualquiera de sus Canales de Programación a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o terceros, en alguna Plataforma Tecnológica distinta a la de televisión radiodifundida, deberá ofrecerlos a cualquier otra persona que se los solicite para esa plataforma en términos y condiciones no discriminatorias. En caso de que se ofrezcan dos o más Canales de Programación en forma empaquetada, también deberán ofrecerse en forma desempaquetada.

El Agente Económico Preponderante deberá publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto la información relativa a los términos y condiciones en las que ofrece sus Canales de Programación, la cual deberá incluir al menos: las tarifas de referencia, así como la definición de las variables consideradas; los modelos de los contratos aplicables; los planes de bonificaciones y descuentos; así como cualquier otra práctica comercial relevante.

El Agente Económico Preponderante deberá publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto la información referente a cualquier modificación a lo señalado en los párrafos anteriores, en un plazo no mayor a 10 días hábiles posteriores a la realización de dicha modificación.

DE LA PUBLICIDAD

VIGÉSIMA PRIMERA. - El Agente Económico Preponderante deberá publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto la información relativa a los diversos servicios de publicidad que ofrece en el Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada, tales como anuncios comerciales y publicidad dentro de los programas y paquetes, la cual deberá incluir para cada servicio:

- a) Las tarifas de referencia de cada uno de ellos, así como la definición de las variables consideradas;
- b) Los planes de bonificaciones y descuentos;
- c) Los términos y condiciones de venta;
- d) Los modelos de los contratos aplicables a cada servicio;
- e) Cualquier otra práctica comercial.

El Agente Económico Preponderante deberá publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto cualquier modificación a lo señalado en los párrafos anteriores, en un plazo no mayor a 10 días hábiles posteriores a la realización de dicha modificación.

VIGÉSIMA SEGUNDA. - En los espacios publicitarios ofrecidos en sus distintas Plataformas Tecnológicas, cada integrante del Agente Económico Preponderante no deberá, directa o indirectamente, establecer a las personas que soliciten espacios publicitarios para anunciar servicios de telecomunicaciones:

- Condiciones que inhiban la competencia;
- Requisitos que no sean necesarios;
- Condiciones discriminatorias y/o abusivas;
- Condiciones de comprar, adquirir, vender o proporcionar otro bien o servicio adicional o diferente a los espacios publicitarios solicitados;
- Condiciones de no adquirir, vender, comercializar o proporcionar los servicios proporcionados o comercializados por un tercero, y
- Condiciones para negar injustificadamente el trato.

En caso de ofrecer espacios publicitarios en forma empaquetada o agregada, la misma oferta deberá estar también disponible de forma desempaquetada.

En caso de incumplimiento a lo establecido en la presente medida, el Instituto podrá ordenarle que proporcione el uso de espacios disponibles, sin perjuicio de las sanciones a que haya lugar.

El Agente Económico Preponderante deberá presentar al Instituto a más tardar al cierre de febrero del año siguiente, para cada año calendario, y conforme a los formatos que el Instituto determine, la siguiente información respecto de todas las personas que soliciten la publicidad para anunciar servicios de telecomunicaciones, incluyendo a las personas que formen parte de su grupo de interés económico o se encuentren bajo su control o influencia:

- El nombre o denominación social del solicitante;
- Los servicios contratados y los efectivamente provistos;
- Las tarifas de referencia que deberán incluir la definición de las variables consideradas, así como los montos efectivamente aplicados al solicitante, incluyendo descuentos, bonificaciones y devoluciones;
- La duración de los contratos celebrados;
- La cantidad de minutos o spots de publicidad adquiridos;
- Los horarios y el canal en los que se transmitió la publicidad contratada;
- Si fueron contratados en forma individual o en forma agregada con publicidad en medios distintos a la televisión radiodifundida. En su caso, identificar el paquete y las condiciones aplicables al contratante, y
- Otras condiciones y términos aplicables a cada solicitante y contratante de publicidad.

Sin perjuicio de lo anterior, el Instituto, podrá requerir al Agente Económico Preponderante toda la información y documentación necesaria.

DE LA INFORMACIÓN

VIGÉSIMA TERCERA. - El Agente Económico Preponderante deberá entregar al Instituto toda la Información que éste le requiera y bajo los formatos o metodología que establezca el Instituto, misma que se relacione con la supervisión y verificación del cumplimiento de las medidas contenidas en el presente Instrumento, dentro de los 10 días hábiles siguientes al cierre de cada trimestre, sin menoscabo de requerimientos que pueda realizar el Instituto, en sus actividades de supervisión y verificación. Esta información puede ser contractual, económica, comercial, financiera, de infraestructura o cualquier otra relacionada con sus concesionarias, filiales, empresas relacionadas o que formen parte del grupo de Interés económico.

Por lo que hace a la Información de separación contable, el Agente Económico Preponderante deberá presentarla al Instituto conforme al "Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones expide la metodología de separación contable aplicable a los agentes económicos preponderantes, agentes declarados con poder sustancial de mercado y redes compartidas mayoristas", publicado el 29 de diciembre de 2017 en el Diario Oficial de la Federación o, en su caso, a las disposiciones que la modifiquen o sustituyan.

INTERPRETACIÓN Y RESOLUCIÓN DE DISPUTAS

VIGÉSIMA SÉPTIMA. - En caso de que exista un desacuerdo relacionado a cualquier aspecto técnico referente al Uso Compartido de Infraestructura Pasiva, el Agente Económico Preponderante y/o el Concesionario Solicitante podrán designar, a su costa, a uno o más peritos para que rindan un dictamen. En los casos en que hayan optado por no designar peritos, el Instituto procederá a resolver el desacuerdo con base en la Información proporcionada por las partes y demás información de la que pueda allegarse, Incluidos peritajes a cargo de este. Para tales efectos, el Agente Económico Preponderante y el Concesionario Solicitante deberán otorgar todas las facilidades que requieran los peritos designados para la consecución de su objeto.

...

TRIGÉSIMA PRIMERA. - El Agente Económico Preponderante deberá contar con un Sistema Electrónico de Gestión, el cual será el medio oficial de comunicación con los Concesionarios Solicitantes para la prestación de los servicios de compartición de Infraestructura pasiva y al cual se deberá dar acceso al Instituto con las funcionalidades necesarias para el ejercicio de sus atribuciones de supervisión y verificación. Por lo que deberá proporcionar un perfil específico al Instituto que permita observar en modo consulta y en tiempo real, las interacciones en la prestación de los servicios mayoristas regulados entre el Agente Económico Preponderante y los concesionarios solicitantes. Asimismo, se deberá permitir la consulta y descarga de información.

El Sistema Electrónico de Gestión deberá permitir la eficiente prestación de los servicios y ser consistente con lo establecido en las presentes medidas, así como en la Oferta Pública de Infraestructura.

Cualquier aspecto relativo al Sistema Electrónico de Gestión y su funcionamiento, no previsto en las presentes medidas, será determinado por el Instituto bajo el mecanismo que este determine.

TRANSITORIAS

PRIMERA. - Las presentes modificaciones, supresiones y adiciones surtirán sus efectos al día siguiente de su notificación.

SEGUNDA. - Las funcionalidades al Sistema Electrónico de Gestión, contempladas en la Medida Trigésima Primera deberán estar disponibles para su uso, dentro de los 120 días hábiles posteriores a que surtan efectos las presentes modificaciones, supresiones y adiciones.

TERCERA. - El Agente Económico Preponderante deberá presentar la Oferta Pública de Infraestructura, a más tardar el 30 de junio de 2025, de conformidad con la medida Cuarta.

CUARTA. - El Instituto emitirá los formatos a que hace referencia la medida Vigésima Segunda, en un plazo de 90 días hábiles contados a partir de la entrada en vigor de las presentes medidas.

QUINTA. - El plazo de dos años a que se refiere la medida Trigésima del Anexo 1, "MEDIDAS RELACIONADAS CON LA COMPARTICIÓN DE INFRAESTRUCTURA, CONTENIDOS, PUBLICIDAD E INFORMACIÓN QUE SON APLICABLES AL GIETV EN SU CARÁCTER DE AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN", se computará a partir del día siguiente al que surta efectos la notificación de las presentes modificaciones, supresiones y adiciones.

MEDIDAS RELACIONADAS CON LA COMPARTICIÓN DE INFRAESTRUCTURA, CONTENIDOS, PUBLICIDAD E INFORMACIÓN QUE SON APLICABLES AL GIETV EN SU CARÁCTER DE AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN.

MEDIDAS QUE, DE LA RESOLUCIÓN BIENAL 2017, SE MODIFICAN, ADICIONAN Y SUPRIMEN PARA LAS AFILIADAS INDEPENDIENTES.

Se **MODIFICA** el segundo párrafo de la MEDIDA PRIMERA, primer párrafo e incisos 3), 8), 11) y 12) de la MEDIDA SEGUNDA, primer párrafo de la MEDIDA TERCERA, la MEDIDA CUARTA, primero y actual tercer párrafos de la MEDIDA QUINTA, la MEDIDA SEXTA, primero y tercer párrafos de la MEDIDA SÉPTIMA, la MEDIDA DÉCIMO OCTAVA, primer párrafo de la MEDIDA NOVENA, la MEDIDA DÉCIMA PRIMERA, la MEDIDA DÉCIMO SEGUNDA, la MEDIDA DÉCIMA TERCERA, la MEDIDA DÉCIMA CUARTA, la MEDIDA DÉCIMA SÉPTIMA, la MEDIDA DÉCIMO OCTAVA, primer párrafo de la MEDIDA DÉCIMO NOVENA, , primer párrafo, incisos a), b), c), d), e) y último párrafo de la MEDIDA VIGÉSIMA PRIMERA, primero, actual cuarto y quinto párrafos de la MEDIDA VIGÉSIMA SEGUNDA, primero y segundo párrafos de la MEDIDA VIGÉSIMA TERCERA, primer párrafo de la MEDIDA VIGÉSIMA SÉPTIMA, primero, segundo y tercer párrafos de la MEDIDA TRIGÉSIMA PRIMERA; se **ADICIONA** el inciso 1), último párrafo, e inciso 2) de la MEDIDA SEGUNDA, la MEDIDA CUARTA BIS, segundo párrafo de la MEDIDA QUINTA, tercero párrafo de la MEDIDA VIGÉSIMA SEGUNDA segundo párrafo de la MEDIDA DÉCIMA NOVENA; se **SUPRIME** el primer párrafo, incisos 9.1) y 9.2) de la MEDIDA SEGUNDA, actual quinto párrafo de la MEDIDA QUINTA, la MEDIDA DÉCIMA SEXTA, quinto párrafo de la MEDIDA VIGÉSIMA SEGUNDA y cuarto, quinto, sexto, séptimo, octavo y noveno párrafos de MEDIDA TRIGÉSIMA PRIMERA, todas ellas del Anexo 1 de la *“RESOLUCIÓN MEDIANTE LA CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES SUPRIME, MODIFICA Y ADICIONA LAS MEDIDAS IMPUESTAS AL AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN MEDIANTE RESOLUCIÓN DE FECHA 6 DE MARZO DE 2014, APROBADA MEDIANTE ACUERDO P/IFT/EXT/060314/77”*, aprobada por el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones en su IV Sesión Extraordinaria celebrada el 27 de febrero de 2017, mediante Acuerdo P/IFT/EXT/270217/120, para quedar como sigue:

“PRIMERA. -...

Las presentes medidas serán aplicables al Agente Económico Preponderante en el sector de radiodifusión a través de sus integrantes que cuenten con títulos de concesión de televisión radiodifundida o que sean propietarios o poseedores de Infraestructura pasiva, así como de los que lleven a cabo las actividades reguladas en el presente instrumento.

SEGUNDA. - Sin perjuicio de las definiciones previstas en el artículo 3 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, para efectos de las presentes medidas, se entenderá por:

1) ...

Lo anterior, con excepción de aquellos agentes para los cuales el Pleno del Instituto haya determinado que dejaron de formar parte de aquel, por lo que ya no les resulta aplicable la regulación asimétrica.

2) Canal de Programación. Secuencia continua de programación de audio y video asociado cuyo contenido sea radiodifundido o coincida en más de un 50% con el radiodifundido entre las 6 y las 24 horas en el mismo día;

3) Concesionario Solicitante. Prestador del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada con fines comerciales que solicita acceso y/o accede a la Infraestructura Pasiva del Agente Económico Preponderante, a fin de prestar este servicio. No se considerará como Concesionario Solicitante a cualquiera que, cuente con 12 MHz o más de espectro radioeléctrico en la localidad de que se trate;

4) y 5) ...

6) Inciso suprimido Resolución P/IFT/EXT/270217/120

7) Inciso suprimido Resolución P/IFT/EXT/270217/120

8) Oferta Pública de Infraestructura. Conjunto de condiciones e información al que se obliga el Agente Económico Preponderante para la compartición de la infraestructura Pasiva.

...

9.1) SUPRIMIDO

9.2) SUPRIMIDO

...

11) Uso Compartido de Infraestructura Pasiva. El uso por dos o más estaciones de televisión radiodifundida de su infraestructura Pasiva que resulta necesaria para la provisión de Servicios de Televisión Radiodifundida Concesionada.

12) Visita Técnica. La actividad conjunta por parte del Concesionario Solicitante y del Agente Económico Preponderante a fin de analizar y concretar in situ los elementos sobre los que efectivamente se podrá ejercer el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva.

...

DE LA INFRAESTRUCTURA

TERCERA. - El Agente Económico Preponderante deberá permitir a Concesionarios Solicitantes el acceso y uso de la Infraestructura Pasiva que posea bajo cualquier título legal.

...

CUARTA. - El Agente Económico Preponderante deberá presentar para aprobación del Instituto, a más tardar el 30 de junio del año que corresponda, una propuesta de Oferta Pública de Infraestructura que deberá contener las condiciones aplicables a la compartición de Infraestructura Pasiva necesaria para la prestación del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada, y deberá contener cuando menos lo siguiente:

- Servicios mayoristas establecidos de manera específica, características y condiciones aplicables;
- Información sobre la localización exacta de las instalaciones de la Infraestructura Pasiva necesarias para la eficiente prestación del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada;
- Características técnicas de la Infraestructura a detalle.
- Procesos, procedimientos y plazos para la solicitud y entrega de los servicios, visitas técnicas, conciliación y facturación, reparación de fallas, mantenimiento y gestión de incidencias, y demás actividades necesarias para la eficiente prestación de los servicios mayoristas;
- Parámetros e indicadores de calidad de servicio;
- Información que deberá reflejarse en el Sistema Electrónico de Gestión;
- Normativa técnica necesaria para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva;
- Penas convencionales aplicables y proporcionales al incumplimiento; Normas de seguridad para el acceso a las instalaciones;
- Modelo de convenio para la prestación del servicio de Uso Compartido de Infraestructura Pasiva;

La propuesta que presente el Agente Económico Preponderante deberá reflejar, al menos, condiciones equivalentes a las de la Oferta de Referencia vigente.

La vigencia de la Oferta Pública de Infraestructura será de dos años calendario e iniciará el 1º de enero del año inmediato siguiente a aquel en que se exhiba para autorización la propuesta respectiva.

El Agente Económico Preponderante no podrá establecer condiciones que inhiban la competencia en la prestación de los servicios objeto de la oferta o cualquier otro requisito que no sea necesario para la eficiente prestación del servicio, ni:

- Aplicar condiciones discriminatorias y/o abusivas en la prestación de los servicios, por lo, que deberán ofrecer los mismos términos y condiciones establecidos en la

Oferta Pública de Infraestructura a cualquier Concesionario Solicitante que se lo requiera.

- Aplicar términos y condiciones distintos a los establecidos en la Oferta Pública de Infraestructura a sus propias operaciones, de las empresas que pertenezcan a su grupo de interés económico, o las que se encuentren bajo su control o influencia.
- Condicionar la provisión de los servicios a comprar, adquirir, vender o proporcionar otro bien o servicio adicional o diferente de aquel que se solicite.
- Sujetar la provisión de los servicios a la condición de no adquirir, vender, comercializar o proporcionar los servicios proporcionados o comercializados por un tercero.
- Sujetar la provisión de los servicios a la aceptación de condiciones adicionales o distintas a las establecidas en la Oferta Pública de Infraestructura.

La propuesta de Oferta Pública de Infraestructura se someterá a consulta pública por un periodo de treinta días naturales.

El Instituto requerirá al Agente Económico Preponderante modificar los términos y condiciones de la propuesta de Oferta Pública de Infraestructura cuando no se ajuste a lo establecido en las presentes medidas o a su juicio no ofrezca condiciones que favorezcan la competencia en el sector, a más tardar el 10 de septiembre del año de la presentación de dicha oferta.

El Agente Económico Preponderante deberá presentar nuevamente al Instituto la propuesta de Oferta Pública de Infraestructura, con las modificaciones solicitadas por el Instituto a más tardar el 15 de octubre del año de su presentación.

En caso de que la nueva propuesta de Oferta Pública de Infraestructura no se ajuste a lo establecido en las presentes medidas, el Instituto la modificará en sus términos y condiciones.

En caso de que el Agente Económico Preponderante no presente la propuesta de Oferta Pública de Infraestructura o su modificación en el plazo establecido, el Instituto emitirá las reglas conforme a las cuales deberá prestarse el Uso Compartido de Infraestructura pasiva.

El Agente Económico Preponderante publicará la Oferta Pública de Infraestructura autorizada por el Instituto a más tardar el 30 de noviembre del año de su presentación en su sitio de Internet, y deberá mantenerla en dicho sitio hasta la publicación de una nueva Oferta Pública de Infraestructura. El Instituto publicará la Oferta Pública de Infraestructura en su sitio de Internet.

Lo anterior con independencia de que el Agente Económico Preponderante y el Concesionario Solicitante puedan acordar la firma de convenios con términos y condiciones distintos a lo establecido en la Oferta Pública de Infraestructura, las cuales serán consideradas de carácter público en términos de la legislación aplicable.

CUARTA BIS. Las tarifas aplicables a los servicios para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva se negociarán entre el Agente Económico Preponderante y el Concesionario Solicitante. Transcurridos 60 días naturales contados a partir del inicio de las negociaciones sin que las partes hayan celebrado un acuerdo, o antes si así lo solicita cualquiera de las partes, el Instituto determinará las tarifas mediante una metodología de costos incrementales promedio de largo plazo, y demás condiciones que no hayan podido convenirse.

Las tarifas de los servicios para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva deberán ofrecerse en términos no discriminatorios.

Las tarifas negociadas entre las partes o determinadas por el Instituto serán consideradas de carácter público.

QUINTA. - El Agente Económico Preponderante deberá suscribir un convenio, o su modificatorio, con cada Concesionario Solicitante para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva dentro de los 30 días naturales siguientes a la solicitud por escrito del Concesionario Solicitante. Un ejemplar del convenio y/o de su modificatorio deberá remitirse al Instituto dentro de los diez días hábiles posteriores a su celebración para su inscripción en el Registro Público de Telecomunicaciones.

Adicionalmente, el Agente Económico Preponderante deberá notificar a los Concesionarios Solicitantes, a través del Sistema Electrónico de Gestión, dentro de un plazo de cinco días naturales posteriores a su suscripción, que ha firmado un nuevo convenio o su modificatorio, especificando de manera descriptiva los términos y condiciones que, en su caso, se actualicen respecto del modelo de convenio autorizado por el Instituto.

El Agente Económico Preponderante está obligado a otorgar en términos no discriminatorios, dentro de un plazo que no exceda de 30 días naturales, contados a partir de la fecha en que le sea notificada la solicitud de servicios por parte de un Concesionario Solicitante, el acceso inicial a la Infraestructura compartida.

...

SUPRIMIDO

SEXTA. - El Agente Económico Preponderante deberá proporcionar al Concesionario Solicitante toda la información que sea necesaria para la debida conciliación y facturación relativa al Uso Compartido de Infraestructura Pasiva, con el nivel suficiente de detalle y desagregación.

SÉPTIMA. - Cuando el Agente Económico Preponderante realice nueva obra civil, que requiera permisos de autoridades federales, estatales o municipales, deberá notificar, a los Concesionarios Solicitantes, previo al inicio de los trabajos respectivos, a través del Sistema Electrónico de Gestión, con la finalidad de que se pueda solicitar la instalación de su propia infraestructura en dicha obra civil.

...

Lo anterior sin perjuicio de que la Infraestructura instalada por el Agente Económico Preponderante sea materia del Uso Compartido de Infraestructura Pasiva, en términos de las presentes medidas.

NOVENA. - El Agente Económico Preponderante deberá poner a disposición del Instituto y de los Concesionarios Solicitantes, a través del Sistema Electrónico de Gestión, información relativa a sus Instalaciones, de conformidad con las características y nivel de detalle que establezca la Oferta Pública de Infraestructura. La Información deberá estar actualizada en el Sistema Electrónico de Gestión a más tardar el día 10 de cada mes calendario, con corte al último día del mes previo y deberá contener, al menos, lo siguiente:

- ...
- ...
- ...
- ...

DÉCIMA PRIMERA.- El Agente Económico Preponderante deberá poner a disposición de los Concesionarios Solicitantes los procedimientos para:

- La solicitud de servicios de Uso Compartido de Infraestructura Pasiva.
- La realización de Visitas Técnicas.
- La solicitud de información de elementos de infraestructura.
- La instalación de infraestructura.
- La reparación de fallas y gestión de incidencias.
- El acondicionamiento de infraestructura.
- Los que sean necesarios para la eficiente prestación del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada.
- Los procedimientos formarán parte de la Oferta Pública de Infraestructura.

DÉCIMA SEGUNDA. - El Agente Económico Preponderante deberá proporcionar los servicios para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva en condiciones satisfactorias de calidad. Para tal efecto señalará los siguientes parámetros:

- Plazos de entrega.
- Plazos para la instalación de infraestructura.
- Plazos de reparación de fallas y gestión de incidencias.
- Parámetros que sean relevantes para la compartición de infraestructura.
- Plazos para la realización de Visitas Técnicas.
- Indicadores de calidad.

...

DÉCIMA TERCERA. - El Agente Económico Preponderante deberá permitir a los Concesionarios Solicitantes la Visita Técnica, en los términos y condiciones que el Instituto autorice en la Oferta Pública de Infraestructura.

DÉCIMA CUARTA. - En el caso de que una vez realizada una Visita Técnica se observe que el acceso a la Infraestructura del Agente Económico Preponderante es posible sólo mediante adecuaciones o la realización de trabajos adicionales para el acondicionamiento de la Infraestructura, el Agente Económico Preponderante deberá permitir al o los Concesionarios Solicitantes que los lleve a cabo o realizar dicho acondicionamiento a requerimiento del Concesionario Solicitante con cargo a éste. Las mejoras derivadas del acondicionamiento de la Infraestructura pasarán a formar parte de la propiedad del Agente Económico Preponderante, a menos que los concesionarios acuerden lo contrario.

DÉCIMA SEXTA. - SUPRIMIDA

DÉCIMA SÉPTIMA. - El Agente Económico Preponderante deberá atender las solicitudes para el Uso Compartido de Infraestructura Pasiva de la misma forma en que atiende las solicitudes para su propia operación, y para sus afiliadas, filiales, subsidiarias o empresas que pertenezcan al mismo grupo de interés económico.

DE LOS CONTENIDOS

DÉCIMA OCTAVA. - Ningún integrante del Agente Económico Preponderante podrá adquirir, directa o indirectamente, derechos para transmitir en exclusiva, a través de televisión radiodifundida para cualquier lugar del territorio nacional, Contenidos Audiovisuales Relevantes, o realizar conductas con efectos similares.

En caso de que algún organismo o entidad ofrezca los derechos de transmisión de Contenidos Audiovisuales Relevantes en exclusiva o que dichos derechos estén disponibles para un solo agente en territorio nacional, el Agente Económico Preponderante, directamente o a través de subsidiarias y afiliadas propias o de participación mayoritaria que se encuentren bajo su control o influencia, sí podrá adquirir y mantener dichos derechos para ser transmitidos a través de televisión radiodifundida, solo si adquiere el derecho a sublicenciarlos a otros prestadores del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada, así como a terceros que sin ser concesionarios presten el servicio a través de un canal de programación en multiprogramación de conformidad con los Lineamientos Generales para el Acceso a la Multiprogramación o aquella disposición que la modifique o sustituya. En estos casos, el Agente Económico Preponderante deberá poner a disposición de estos los derechos para transmitir Contenidos Audiovisuales Relevantes sobre los que este adquiera o tenga derechos de transmisión, en condiciones no discriminatorias y que no inhiban la competencia.

El Agente Económico Preponderante deberá presentar al Instituto, en un plazo no mayor a 10 días hábiles siguientes a su suscripción, los contratos, convenios o cualquier documento que avale el sub-licenciamiento de Contenidos Audiovisuales Relevantes que haya firmado con los prestadores del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada o terceros que presten el servicio a través de un canal de programación en multiprogramación.

DÉCIMA NOVENA. - Cuando el Agente Económico Preponderante ofrezca cualquiera de sus Canales de Programación a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o terceros, en alguna Plataforma Tecnológica distinta a la de televisión radiodifundida, deberá ofrecerlos a cualquier otra persona que se los solicite para esa plataforma en términos y condiciones no discriminatorias. En caso de que se ofrezcan dos o más Canales de Programación en forma empaquetada, también deberán ofrecerse en forma desempaquetada.

El Agente Económico Preponderante deberá publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto la información relativa a los términos y condiciones en las que ofrece sus Canales de Programación, la cual deberá incluir al menos: las tarifas de referencia, así como la definición de las variables consideradas; los modelos de los contratos aplicables; los planes de bonificaciones y descuentos; así como cualquier otra práctica comercial relevante.

El Agente Económico Preponderante deberá publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto la información referente a cualquier modificación a lo señalado en los párrafos anteriores, en un plazo no mayor a 10 días hábiles posteriores a la realización de dicha modificación.

DE LA PUBLICIDAD

VIGÉSIMA PRIMERA. - El Agente Económico Preponderante deberá publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto la información relativa a los diversos servicios de publicidad que ofrece en el Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada, tales como anuncios comerciales y publicidad dentro de los programas y paquetes, la cual deberá incluir para cada servicio:

- a) Las tarifas de referencia de cada uno de ellos, así como la definición de las variables consideradas;
- b) Los planes de bonificaciones y descuentos;
- c) Los términos y condiciones de venta;
- d) Los modelos de los contratos aplicables a cada servicio;
- e) Cualquier otra práctica comercial.

El Agente Económico Preponderante deberá publicar en su sitio de Internet y entregar al Instituto cualquier modificación a lo señalado en los párrafos anteriores, en un plazo no mayor a 10 días hábiles posteriores a la realización de dicha modificación.

VIGÉSIMA SEGUNDA. - En los espacios publicitarios ofrecidos en sus distintas Plataformas Tecnológicas, cada integrante del Agente Económico Preponderante no

deberá, directa o indirectamente, establecer a las personas que soliciten espacios publicitarios para anunciar servicios de telecomunicaciones:

- Condiciones que inhiban la competencia;
- Requisitos que no sean necesarios;
- Condiciones discriminatorias y/o abusivas;
- Condiciones de comprar, adquirir, vender o proporcionar otro bien o servicio adicional o diferente a los espacios publicitarios solicitados;
- Condiciones de no adquirir, vender, comercializar o proporcionar los servicios proporcionados o comercializados por un tercero, y
- Condiciones para negar injustificadamente el trato.

En caso de ofrecer espacios publicitarios en forma empaquetada o agregada, la misma oferta deberá estar también disponible de forma desempaquetada.

En caso de incumplimiento a lo establecido en la presente medida, el Instituto podrá ordenarle que proporcione el uso de espacios disponibles, sin perjuicio de las sanciones a que haya lugar.

El Agente Económico Preponderante deberá presentar al Instituto a más tardar al cierre de febrero del año siguiente, para cada año calendario, y conforme a los formatos que el Instituto determine, la siguiente información respecto de todas las personas que soliciten la publicidad para anunciar servicios de telecomunicaciones, incluyendo a las personas que formen parte de su grupo de interés económico o se encuentren bajo su control o influencia:

- El nombre o denominación social del solicitante;
- Los servicios contratados y los efectivamente provistos;
- Las tarifas de referencia que deberán incluir la definición de las variables consideradas, así como los montos efectivamente aplicados al solicitante, incluyendo descuentos, bonificaciones y devoluciones;
- La duración de los contratos celebrados;
- La cantidad de minutos o spots de publicidad adquiridos;
- Los horarios y el canal en los que se transmitió la publicidad contratada;
- Si fueron contratados en forma individual o en forma agregada con publicidad en medios distintos a la televisión radiodifundida. En su caso, identificar el paquete y las condiciones aplicables al contratante, y
- Otras condiciones y términos aplicables a cada solicitante y contratante de publicidad.

Sin perjuicio de lo anterior, el Instituto, podrá requerir al Agente Económico Preponderante toda la información y documentación necesaria.

SUPRIMIDO

DE LA INFORMACIÓN

VIGÉSIMA TERCERA. - El Agente Económico Preponderante deberá entregar al Instituto toda la Información que éste le requiera y bajo los formatos o metodología que establezca el Instituto, misma que se relacione con la supervisión y verificación del cumplimiento de las medidas contenidas en el presente Instrumento, dentro de los 10 días hábiles siguientes al cierre de cada trimestre, sin menoscabo de requerimientos que pueda realizar el Instituto, en sus actividades de supervisión y verificación. Esta información puede ser contractual, económica, comercial, financiera, de infraestructura o cualquier otra relacionada con sus concesionarias, filiales, empresas relacionadas o que formen parte del grupo de Interés económico.

Por lo que hace a la Información de separación contable, el Agente Económico Preponderante deberá presentarla al Instituto conforme al "Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones expide la metodología de separación contable aplicable a los agentes económicos preponderantes, agentes declarados con poder sustancial de mercado y redes compartidas mayoristas", publicado el 29 de diciembre de 2017 en el Diario Oficial de la Federación o, en su caso, a las disposiciones que la modifiquen o sustituyan.

INTERPRETACIÓN Y RESOLUCIÓN DE DISPUTAS

VIGÉSIMA SÉPTIMA. - En caso de que exista un desacuerdo relacionado a cualquier aspecto técnico referente al Uso Compartido de Infraestructura Pasiva, el Agente Económico Preponderante y/o el Concesionario Solicitante podrán designar, a su costa, a uno o más peritos para que rindan un dictamen. En los casos en que hayan optado por no designar peritos, el Instituto procederá a resolver el desacuerdo con base en la Información proporcionada por las partes y demás información de la que pueda allegarse, Incluidos peritajes a cargo de este. Para tales efectos, el Agente Económico Preponderante y el Concesionario Solicitante deberán otorgar todas las facilidades que requieran los peritos designados para la consecución de su objeto.

...

TRIGÉSIMA PRIMERA. - El Agente Económico Preponderante deberá contar con un Sistema Electrónico de Gestión, el cual será el medio oficial de comunicación con los Concesionarios Solicitantes para la prestación de los servicios de compartición de Infraestructura pasiva y al cual se deberá dar acceso al Instituto con las funcionalidades necesarias para el ejercicio de sus atribuciones de supervisión y verificación. Por lo que deberá proporcionar un perfil específico al Instituto que permita observar en modo consulta y en tiempo real, las interacciones en la prestación de los servicios mayoristas regulados entre el Agente Económico Preponderante y los concesionarios solicitantes. Asimismo, se deberá permitir la consulta y descarga de información.

El Sistema Electrónico de Gestión deberá permitir la eficiente prestación de los servicios y ser consistente con lo establecido en las presentes medidas, así como en la Oferta Pública de Infraestructura.

Cualquier aspecto relativo al Sistema Electrónico de Gestión y su funcionamiento, no previsto en las presentes medidas, será determinado por el Instituto bajo el mecanismo que este determine.

SUPRIMIDO

SUPRIMIDO

SUPRIMIDO

SUPRIMIDO

SUPRIMIDO

SUPRIMIDO”

TRANSITORIAS

PRIMERA. - Las presentes modificaciones, supresiones y adiciones surtirán sus efectos al día siguiente de su notificación.

SEGUNDA. - Las funcionalidades al Sistema Electrónico de Gestión contempladas en la Medida Trigésima Primera deberán estar disponibles para su uso, dentro de los 120 días hábiles posteriores a que surtan efectos las presentes modificaciones, supresiones y adiciones.

TERCERA. - El Agente Económico Preponderante deberá presentar la Oferta Pública de Infraestructura, a más tardar el 30 de junio de 2025, de conformidad con la medida Cuarta.

CUARTA. - El Instituto emitirá los formatos a que hace referencia la medida Vigésima Segunda, en un plazo de 90 días hábiles contados a partir de la entrada en vigor de las presentes medidas.

QUINTA. - El plazo de dos años a que se refiere la medida Trigésima del Anexo 1, “MEDIDAS RELACIONADAS CON LA COMPARTICIÓN DE INFRAESTRUCTURA, CONTENIDOS, PUBLICIDAD E INFORMACIÓN QUE SON APLICABLES AL GIETV EN SU CARÁCTER DE AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN”, se computará a partir del día siguiente al que surta efectos la notificación de las presentes modificaciones, supresiones y adiciones.

FIRMADO POR: RAMIRO CAMACHO CASTILLO
FECHA FIRMA: 2024/04/22 9:06 PM
AC: AUTORIDAD CERTIFICADORA
ID: 95645
HASH:
5F4B594F375358F7EB656D9995D4E39A644ED502533BA3
10C103DACD13AD5286

FIRMADO POR: JAVIER JUAREZ MOJICA
FECHA FIRMA: 2024/04/22 9:07 PM
AC: AUTORIDAD CERTIFICADORA
ID: 95645
HASH:
5F4B594F375358F7EB656D9995D4E39A644ED502533BA3
10C103DACD13AD5286

FIRMADO POR: SOSTENES DIAZ GONZALEZ
FECHA FIRMA: 2024/04/23 9:37 AM
AC: AUTORIDAD CERTIFICADORA
ID: 95645
HASH:
5F4B594F375358F7EB656D9995D4E39A644ED502533BA3
10C103DACD13AD5286

FIRMADO POR: ARTURO ROBLES ROVALO
FECHA FIRMA: 2024/04/23 11:40 AM
AC: AC DEL SERVICIO DE ADMINISTRACION
TRIBUTARIA
ID: 95645
HASH:
5F4B594F375358F7EB656D9995D4E39A644ED502533BA3
10C103DACD13AD5286

LEYENDA DE CLASIFICACIÓN		
LA PRESENTE VERSIÓN PÚBLICA CORRESPONDE A UN DOCUMENTO QUE CONTIENE INFORMACIÓN CONFIDENCIAL		
	Concepto	Dónde:
 INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES	Identificación del documento	Versión Pública de Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones suprime, modifica y adiciona las medidas impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión mediante Acuerdos P/IFT/EXT/060314/77 y P/IFT/EXT/270217/120. Confidencial.
	Fecha de elaboración de versión pública y fecha de clasificación del Comité	30 de mayo del 2024 06 de junio del 2024 mediante Acuerdo 20/SO/18/24 emitido por el Comité de Transparencia en su Vigésima Sesión Ordinaria
	Área	Dirección General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión.
	Supuestos o hipótesis de confidencialidad	Datos personales: Páginas 16, 17, 21, 22, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 33, 35, 36, 37, 38, 40, 43, 74, 76, 91, 107, 122, 150, 151, 239, 252, 263, 335, 336, 346, 347, 349, 362, 365, 379, 380, 392, 393, 403, 404, 405, 429, 432, 434, 447, 449 y 494. Hechos y actos de carácter económico, contable y jurídico: Páginas 24, 26, 44, 48, 49, 50, 51, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 75, 76, 93, 94, 97, 98, 99, 113, 115, 116, 118, 119, 120, 123, 124, 126, 127, 133, 134, 138, 139, 140, 144, 146, 147, 148, 150, 169, 170, 172, 205, 206, 210, 211, 212, 230, 246, 247, 253, 254, 255, 256, 269, 271, 272, 274, 275, 276, 280, 281, 306, 307, 308, 312, 313, 314, 315, 316, 341, 343, 344, 355, 357, 372, 374, 375, 376, 377, 378, 394, 395, 404, 415, 416, 417, 418, 419, 422, 423, 429, 439, 440, 441, 450, 452, 453, 459, 460, 464, 465, 466, 470 y 472.

	Fundamento Legal	Artículos 116, primer párrafo, de la LGTAIP; 113, fracción I, de la LFTAIP; y numeral Trigésimo Octavo, fracción I, de los Lineamientos Generales. Artículos 2, fracción V, 3, fracción IX, 6, 7, 8, 16, 17 y 31 de la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados. Por comprender información referente a datos personales. Artículos 116, último párrafo, de la LGTAIP; 113, fracción III, de la LFTAIP; y numerales Trigésimo octavo, fracción II, y Cuadragésimo, fracción II, de los Lineamientos Generales. Por constituir hechos y actos de carácter económico, contable, jurídico o administrativo.
	Personas o instancias autorizadas a acceder a la información clasificada.	Apoderados legales de Grupo Televisa, S.A.B., Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V., Radio Televisión, S.A. de C.V., Servicios RTMN, S.A. de C.V. (antes Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.), Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., Televisora Peninsular, S.A. de C.V., Mario Enrique Mayans Concha, Televisión La Paz, S.A., Televisión de la Frontera, S.A., Pedro Luis Fitzmaurice Meneses, Hilda Graciela Rivera Flores, Televisión de Michoacán, S.A. de C.V., José Humberto y Loucille, Martínez Morales, Canal 13 de Michoacán, S.A. de C.V., TV Ocho, S.A. de C.V., Televisora Potosina, S.A. de C.V., Televisa, S. de R.L. de C.V.(como causahabiente de T.V. de los Mochis, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V. y Televisora de Mexicali, S.A. de C.V) y Media Sports de México S.A de C.V. el Pleno y el personal de la Dirección General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión de la Unidad de Política Regulatoria del Instituto Federal de Telecomunicaciones.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

	Firma autógrafa o señalamiento de firmado electrónico y cargo de la persona servidora pública	Lester Benito García Olvera, Director General de Desarrollo de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión de la Unidad de Política Regulatoria. Se suscribe mediante Firma Electrónica Avanzada de conformidad con los acuerdos Primero, inciso c), y Segundo del Acuerdo P/IFT/041130/337 del 04 de noviembre de 2020, "Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones establece el uso de la Firma Electrónica Avanzada para los actos que emitan los servidores públicos que se indican".

FIRMADO POR: LESTER BENITO GARCIA OLVERA
FECHA FIRMA: 2024/06/11 4:25 PM
AC: AC DEL SERVICIO DE ADMINISTRACION
TRIBUTARIA
ID: 107463
HASH:
8F4854707FB4F9FE50E856950DB095556F5DF1D59FDE81
44530909D8B5DE4EC0