

VERSIÓN PÚBLICA DEL ACUERDO P/IFT/150817/487

DE LA SESIÓN DEL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES EN SU XXXIII SESIÓN ORDINARIA DEL 2017, CELEBRADA EL 15 DE AGOSTO DE 2017.

LEYENDA DE LA CLASIFICACIÓN

Fecha de Clasificación: 15 de agosto de 2017. **Unidad Administrativa:** Secretaría Técnica del Pleno, de conformidad con los artículos 72, fracción V, inciso c), 98, fracción III y 104 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública ("LFTAIP"); 106, 107 y 110 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública ("LGTAIP"); así como el Lineamiento Séptimo, fracción III, Quincuagésimo Primero al Cuarto, Sexagésimo y Sexagésimo Primero de los Lineamientos Generales en materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas ("LGCDIEVP"), así como la versión pública elaborada por la Dirección General de Concentraciones y Concesiones y remitida mediante oficio IFT/226/UCE/DG-CCON/636/2017 de fecha 12 de septiembre de 2017, por contener información **Confidencial**.

Núm. de Resolución	Descripción del asunto	Fundamento legal	Motivación	Secciones Confidenciales
P/IFT/150817/487	Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones autoriza, sujeta al cumplimiento de condiciones, llevar a cabo la Concentración radicada bajo el expediente No. UCE/CNC-004-2016, notificada por AT&T Inc., West Merger Sub Inc. y Time Warner Inc.	Confidencial con fundamento en el artículo 113, 124 y 125 de la Ley Federal de Competencia Económica, en relación con los artículos 113, fracción II de la "LFTAIP" publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 9 de mayo de 2016; así como el artículo 116 de la "LGTAIP", publicada en el DOF el 4 de mayo de 2015; así como el Lineamiento Trigésimo Octavo, y Cuadragésimo de los "LCCDIEVP", publicado en el DOF el 15 de abril de 2016.	Contiene información presentada con carácter Confidencial por los particulares, datos personales, información relacionada con secretos industriales y comerciales, del Patrimonio de una persona moral, así como hechos y actos de carácter económico, contable y administrativo.	Páginas 5, 8, 14, 15, 17, 21, 22-25, 28, 33, 39, 40, 41, 51, 53-56, 64, 75, 81-83, 85-97, 100, 102, 104, 106, 107, 110, 111-113, 119, 122-125, 130, 131, 133-136 y 151.

.....Fin de la Leyenda.

Los textos que aparecen marcados con negro corresponden a información clasificada como confidencial, de conformidad con los artículos 3. fracción IX, 124 y 125 de la Ley Federal de Competencia Económica; en relación con los artículos 113, fracción II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública; el artículo 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; así como el Lineamiento Trigésimo Octavo y Cuadragésimo de los Lineamientos generales en materia de clasificación y desclasificación de la información, así como para la elaboración de versiones públicas



INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

RESOLUCIÓN MEDIANTE LA CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES AUTORIZA LLEVAR A CABO LA CONCENTRACIÓN RADICADA BAJO EL EXPEDIENTE NO. UCE/CNC-004-2016, NOTIFICADA POR AT&T INC., WEST MERGER SUB INC. Y TIME WARNER INC SUJETA AL CUMPLIMIENTO DE CONDICIONES.

I. ANTECEDENTES.....	5
II. CONSIDERACIONES.....	11
PRIMERO. Facultades del Instituto.....	11
SEGUNDO. Competencia del Instituto.....	12
TERCERO. Las Partes involucradas en la Operación.....	14
3.1. Adquiriente.....	14
AT&T 14	
WMS 14	
3.2. Adquirido.....	14
Time Warner.....	14
CUARTO. La Operación.....	14
4.1. Descripción.....	14
4.2. Actualización de los umbrales de notificación establecidos en la LFCE.....	16
4.3. Evaluación de la oportunidad de la notificación.....	17
4.4. Beneficios esperados por las Partes.....	18
QUINTO. Análisis de la Operación en materia de competencia económica.....	19
5.1. Identificación de grupos de interés económico (GIE).....	19
A. Grupo AT&T.....	20
A.1. Agente económico relacionado (AE Relacionado) al Grupo AT&T en México.....	20
B. Grupo Time Warner.....	21
B.1. HBO LAG.....	24
5.2. Negocio del Grupo AT&T y su AE Relacionado en México.....	28
AT&T GNS.....	28
AT&T H.....	29
AT&T CD.....	33
DIRECTV.....	36
Sky México.....	36

[Handwritten marks: a large 'S' and a 'B' with a vertical line through it]

[Handwritten mark: a stylized 'M' or 'W']

La participación del GIETV en Sky México	36
5.3. Negocio de Time Warner en México	37
Turner	38
HBO LAG.....	38
Servicios de contenidos propios	39
Distribución de canales de terceros	40
HBO Enterprises.....	40
Warner Bros	40
5.4. Contenidos Audiovisuales	42
Distribución de Contenidos Audiovisuales a través del STAR	44
Entrega de Contenidos Audiovisuales en la modalidad OTT	46
Servicio prestado por OVD.....	46
Servicios TVE	48
5.5. Coincidencias en los negocios de las Partes	48
5.5.1. Coincidencia de AT&T y Time Warner como competidores	50
5.5.2. Participación de AT&T en Sky México	51
5.5.3. Coincidencia de AT&T y el GIETV como competidores después de que la Operación sea realizada 53	
5.6. Mercados susceptibles a riesgos originados en la Operación.....	57
SEXTO. MERCADO RELEVANTE Y RELACIONADO	57
6.1. Provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales a proveedores de STAR	58
Oferta	58
Demanda.....	59
6.1.1 Dimensión producto	59
Canales Básicos.....	60
Canales Premium	62
Canales de TV Abierta.....	63
Audiencia de los canales de TV Abierta	64
Obligaciones Must Offer y Must Carry	65
Adquisición de Canales Restringidos	67
Marco normativo	68
Tipo de contenidos	69
6.1.2. Dimensión geográfica	70
6.2. El STAR	71
Oferta	71

S
A
B

9

Demanda.....	72
6.2.1. Dimensión producto.....	73
Sustitutos.....	74
Sustitución entre segmentos del STAR.....	74
Sustitución entre TV Abierta Comercial y STAR.....	74
Sustitución entre STAR y servicios OTT.....	75
6.2.2. Dimensión geográfica.....	77
6.3. Competidores, poder de mercado y grado de concentración en los mercados relevante y relacionado.....	79
Provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR.....	81
Información recibida de proveedores del STAR.....	98
Provisión del STAR.....	114
Poder Sustancial del GIETV en la Provisión del STAR.....	115
SÉPTIMO. EFECTOS DE LA CONCENTRACIÓN EN LOS MERCADOS RELEVANTES Y RELACIONADOS.....	118
7.1. Análisis de la fracción I del artículo 64 de la LFCE.....	119
7.2. Análisis de la fracción II del artículo 64 de la LFCE.....	120
7.2.1. Respecto del agente económico que resulta de la operación.....	120
ii.1) Negativa de compra o discriminación anticompetitiva de los precios, términos y condiciones de compra.....	121
ii.2). Negativa o trato discriminatorio en los precios, términos y condiciones de venta de Canales Restringidos a Proveedores del STAR.....	123
7.3. Análisis de la fracción III del artículo 64 de la LFCE.....	127
Efectos coordinados en una concentración.....	127
Elementos de la Operación que generan riesgos de efectos coordinados.....	130
OCTAVO. Argumentos de las Partes sobre ausencia de riesgos generados por la Operación.....	133
NOVENO. PROPUESTA DE MEDIDAS PRESENTADA POR LAS PARTES.....	138
9.1. Análisis de la Propuesta de Condiciones presentada por las Partes.....	147
1. Las definiciones presentadas en los numerales 1 a 11 son consistentes con los alcances de los riesgos identificados en la Operación.....	147
2. Medida de separación (horizontal) en la provisión de Canales Restringidos.....	150
3. Medidas de separación (vertical) entre AT&T/Time Warner con Sky México.....	151

4. Medidas conductuales a las que se sujetaría la entidad resultante AT&T/ Time Warner	153
5. Obligaciones de informar de las condiciones de acceso a la programación de Video que prevalecen antes de que surta efectos la operación.....	155
6. Mecanismos de reporte	158
7. Instrumentos para verificar el cumplimiento	158
8. Vigencia de las medidas.....	158
9.2. Condiciones impuestas a la entidad resultante AT&T/Time Warner.....	160
Definiciones.....	161
Condiciones.....	163



I. ANTECEDENTES

Primero. Mediante escrito y anexos presentados en la Oficialía de Partes del Instituto Federal de Telecomunicaciones (Instituto o IFT) el veintiuno de diciembre de dos mil dieciséis (Escrito de Notificación), por el C. [REDACTED] en nombre y representación de West Merger Sub, Inc. (WMS) y el C. [REDACTED] en nombre y representación de Time Warner Inc. (Time Warner), notificaron a este Instituto una concentración que consiste en la adquisición indirecta por parte de AT&T Inc, a través de WMS, de todas las acciones representativas del capital social de Time Warner y, por lo tanto, de todos los negocios de Time Warner en México (Operación).

Segundo. Mediante escrito y anexos presentados en la Oficialía de Partes del Instituto el doce de enero del dos mil diecisiete, por el C. [REDACTED] como representante común de WMS y Time Warner, personalidad que se tuvo por acreditada mediante acuerdo de fecha diecisiete de enero del presente año, se informó a este Instituto que la Operación, en relación con los productos y servicios que estiman no pertenecen al sector de telecomunicaciones y radiodifusión, fue notificada el día once de enero de dos mil diecisiete a la Comisión Federal de Competencia Económica (Escrito de Notificación COFECE).

Tercero. Mediante acuerdo de prevención de fecha diecisiete de enero de dos mil diecisiete, firmado por la Titular de la Unidad de Competencia Económica, en términos del artículo 90, fracción I de la Ley Federal de Competencia Económica (LFCE o Ley), notificado personalmente el día dieciocho de enero del mismo año, se radicó el Escrito de Notificación en el libro de gobierno de la Unidad de Competencia Económica bajo el número de expediente CNC-004-2016 y se previno a WMS y Time Warner para que, en el plazo de diez (10) días hábiles, presentaran diversa información faltante relacionada con el artículo 89 de la LFCE (Acuerdo de Prevención).

Cuarto. Mediante escrito presentado el día veinte de enero del presente año AT&T Inc. (AT&T y conjuntamente con WMS y Time Warner, las Partes) se adhirió al procedimiento de notificación de la Operación, cumpliendo con los requisitos señalados en el artículo 89 de la LFCE. Asimismo, las Partes aportaron información por medio de la cual dieron respuesta al Acuerdo de Prevención (Escrito de Respuesta a Prevención). El expediente fue turnado a la Dirección General de Concentraciones y Concesiones para la tramitación.

Quinto. Mediante acuerdo de fecha veinticinco de enero de dos mil diecisiete se tuvo por desahogada en tiempo y forma la información y documentos requeridos mediante el Acuerdo de Prevención; y por recibida la notificación de la concentración y emitió el acuerdo de recepción a trámite con fecha veinte de

enero de dos mil diecisiete, día en que las Partes presentaron la información requerida en el Acuerdo de Prevención (Acuerdo de Recepción).

Sexto. El veinticinco de enero de dos mil diecisiete se emitió el "Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones se declara competente para conocer sobre la concentración entre AT&T Inc. y Time Warner Inc. notificada ante la Comisión Federal de Competencia Económica" (Acuerdo P/IFT/250117/52),¹ en el cual se señala, entre otros elementos, que: (i) existen estrechos vínculos entre los mercados involucrados en la Concentración, la evaluación de sus efectos, por lo que en términos de la LFCE, deben ser analizados en forma integral por una sola autoridad, privilegiando la no separación de la continencia de la causa; (ii) las actividades económicas involucradas en la operación notificada ante la COFECE forman parte de la operación notificada ante el Instituto y deben ser analizadas como una sola Concentración; y (iii) la no separación de la continencia de la causa favorece además la observancia a los principios de economía procesal y administración de justicia pronta y expedita.

Séptimo. La Unidad de Competencia Económica (UCE) notificó el Acuerdo P/IFT/250117/52 del Pleno del Instituto a la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) el día treinta y uno de enero de dos mil diecisiete mediante oficio y a las Partes el día dos de febrero de este mismo año personalmente.

Octavo. El ocho de febrero de dos mil diecisiete se recibió en la oficina de partes del Instituto el oficio No. ST-CFCE-2017-046, firmado por el Secretario Técnico de la COFECE (STCOFECE) mediante el cual: (i) informó al Instituto del Acuerdo CFCE-031-2017, emitido por el Pleno de la COFECE en el expediente CNT-006-2017 de su índice, en el cual se pronuncia respecto a su competencia para conocer de la operación notificada ante esa autoridad; y en términos del segundo párrafo del artículo 5 de la LFCE, ordenó la suspensión de ese expediente y ordenó la remisión de las constancias respectivas al Tribunal Colegiado de Circuito en Materia Administrativa Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones con residencia en la Ciudad de México y Jurisdicción en toda la República Mexicana en turno; y (ii) remitió copia certificada del Acuerdo CFCE-031-2017.

Noveno. Mediante acuerdo de requerimiento de información adicional emitido por el Director General de Concentraciones y Concesiones (DGCC) el nueve de febrero de dos mil diecisiete, con fundamento en el artículo 90 fracción III de la LFCE, se requirió a las Partes que en el término de 15 (quince) días hábiles proporcionaran la información y/o documentación relevante para el análisis de la

¹ Versión pública disponible en:

http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones_pleno/acuerdo_liga/version_publica_uce_p_ift_250117_52.pdf.

concentración (Requerimiento de Información Adicional). Este acuerdo fue notificado personalmente a las Partes el día diez de febrero del mismo año.

Décimo. El quince de febrero de dos mil diecisiete, la UCE recibió el oficio IFT/227/UAJ/DG-DEJU/0390/2017 de fecha quince de febrero de dos mil diecisiete, emitido por el Director General de Defensa Jurídica del Instituto (DGDJ), mediante el cual informa haber recibido copia del acuerdo de fecha diez de febrero del año en curso, mediante el cual el Segundo Tribunal Colegiado Especializado, con fundamento en el artículo 5 de la LFCE, admitió el conflicto competencial entre la COFECE y el Instituto, el cual quedó radicado el conflicto competencial C.C.A. 1/2017.

Undécimo. El diecisiete de febrero de dos mil diecisiete, la UCE recibió el oficio IFT/227/UAJ/DG-DEJU/0409/2017, de fecha diecisiete de febrero de dos mil diecisiete, emitido por el DGDJ mediante el cual:

- a) Informa haber recibido copia simple el acuerdo de fecha quince de febrero de dos mil diecisiete por medio del cual el Segundo Tribunal Colegiado Especializado requirió al Instituto a efecto de que "(...) dentro del plazo de tres días, contado a partir del día siguiente al en que surta efectos la notificación de este proveído, remita el escrito de notificación de concentración entre AT&T, Inc. y Time Warner, Inc. y anexos presentado ante dicho Instituto, así como el expediente administrativo tramitado con motivo del referido curso." (Énfasis añadido); y
- b) Solicitó el envío del expediente UCE/CNC-004-2016 para desahogar en tiempo el requerimiento anterior.

Duodécimo. Mediante acuerdo de fecha veinte de febrero de dos mil dieciséis, firmado por la Titular de la Unidad de Competencia Económica, y notificado personalmente a las Partes en esa misma fecha, se tomó conocimiento de los oficios IFT/227/UAJ/DG-DEJU/0390/2017 y IFT/227/UAJ/DG-DEJU/0409/2017, señalados en los antecedentes Noveno y Décimo. En misma fecha, en términos del cuarto párrafo del artículo 5, se tuvo por suspendido el trámite del procedimiento de notificación de concentración radicado en el expediente UCE/CNC-004-2016 y se ordenó la remisión de la totalidad de las constancias a la Dirección General de Defensa Jurídica del Instituto para que ésta a su vez lo remitiera al Segundo Tribunal Especializado.

Decimotercero. Mediante oficio IFT/227/UAJ/DG-DEJU/0583/2017, de fecha ocho de marzo de dos mil diecisiete, el DGDJ informó a la UCE de la resolución emitida por el Segundo Tribunal Colegiado Especializado en el conflicto competencial C.C.A. 1/2017, notificada al Instituto mediante oficio de fecha ocho de marzo de dos mil diecisiete, por virtud del cual se devolvió al Instituto el Expediente. Los

principales elementos de esa decisión judicial se presentan en el considerando segundo de esta Resolución.

Decimocuarto. Mediante acuerdo de fecha nueve de marzo de dos mil diecisiete emitido por la Titular de la Unidad de Competencia Económica, en términos del cuarto párrafo del artículo 5 de la LFCE se tuvo por concluida la suspensión a la que se hace referencia en el antecedente undécimo de esta Resolución.

Decimoquinto. Mediante escrito presentado en fecha veintitrés de marzo de dos mil diecisiete, las Partes desahogaron de forma incompleta la información y/o documentación solicitada en el Requerimiento de Información Adicional a que se refiere el antecedente Noveno (Primer Desahogo Parcial).

Decimosexto. Mediante escrito presentado en fecha veintitrés de marzo de dos mil diecisiete, las Partes solicitaron una prórroga por quince días hábiles para aportar la información faltante del Requerimiento de Información Adicional (Escrito de Prórroga).

Decimoséptimo. Mediante acuerdo de fecha treinta de marzo de dos mil diecisiete, firmado por el DGCC, notificado a las Partes el treinta de marzo del presente año, se les concedió una prórroga de 15 (quince) días hábiles para presentar la información solicitada mediante el Requerimiento de Información Adicional (Acuerdo de Prórroga).

Decimooctavo. Mediante escrito presentado en la oficialía de partes del Instituto el día siete de abril de dos mil diecisiete, las Partes presentaron información, solamente respecto del numeral 2 (dos) del considerando Octavo del Acuerdo de Prórroga, y solicitaron tener por desahogado dicho numeral (Segundo Desahogo Parcial).

Decimonoveno. Mediante escrito de fecha veinte de abril de dos mil diecisiete el C. [REDACTED] en su carácter de apoderado legal de Time Warner, solicitó que, en relación con las copias de los contratos de negocios respecto de los canales, contenidos y programación de terceros que Time Warner, que directa o indirectamente a través de las empresas donde participa, ofrece en México, se aclare: "(i) el nombre de cada una de las sociedades respecto de las cuales Time Warner deberá presentar los contratos allí (sic) referidos y, (ii) si en términos del Segundo Requerimiento de Información Adicional el instituto considera que HBO Ole Distribution L.L.C., entidad en la que Time Warner indirectamente participa, está obligada a proporcionar copia de los referidos contratos" (Escrito de Solicitud de Aclaración).

Vigésimo. Mediante acuerdo de fecha veinticinco de abril de dos mil diecisiete, emitido por el DGCC, notificado a las Partes el veinticinco de abril del mismo año: i) se tuvo por recibida la información presentada junto con el Segundo Escrito de

Desahogo Parcial del Requerimiento de Información Adicional; y ii) se atendió la solicitud presentada por las Partes en el Escrito de Solicitud de Aclaración.

Vigésimo primero. El veintisiete de abril de dos mil diecisiete, ante la oficialía de partes del Instituto, las Partes presentaron escrito y anexos para dar cumplimiento al Requerimiento de Información Adicional y solicitaron clasificar como confidencial diversa información (Tercer Desahogo Parcial).

Vigésimo segundo. Mediante acuerdo emitido el día once de mayo de dos mil diecisiete, firmado por el DGCC, notificado a las Partes el mismo día se tuvo por: i) desahogado el Requerimiento de información Adicional; y ii) por iniciado el plazo de sesenta días hábiles para emitir resolución en términos del artículo 90 fracción V párrafo primero de la LFCE.

Vigésimo tercero. Mediante escritos y documentos presentados los días doce, quince y dieciséis de mayo de dos mil diecisiete, las Partes voluntariamente aportaron información adicional a fin de contribuir al análisis de la Operación y solicitaron clasificar como confidencial diversa información.

Vigésimo cuarto. Mediante acuerdo emitido el día dieciocho de mayo de dos mil diecisiete, firmado por el DGCC, notificado a las Partes el diecinueve de mayo del mismo año, se tuvo por presentada diversa información adicional relacionada con la Operación (Escritos del diecinueve y veintiséis de mayo).

Vigésimo quinto. Mediante escritos y documentos presentados los días diecinueve y veintiséis de mayo de dos mil diecisiete, las Partes voluntariamente aportaron información a fin de contribuir al análisis de la Operación y solicitaron clasificar como confidencial diversa información.

Vigésimo sexto. Mediante acuerdo emitido el día veintinueve de mayo de dos mil diecisiete, firmado por el DGCC, notificado a las Partes el treinta y uno de mayo del mismo año, se tuvo por presentada diversa información relacionada con la Operación.

Vigésimo séptimo. Mediante escritos y documentos presentados los días treinta y uno de mayo y cinco de junio de dos mil diecisiete, las Partes voluntariamente aportaron información adicional a fin de contribuir al análisis de la Operación y solicitaron clasificar como confidencial diversa información (Escrito del cinco de junio).

Vigésimo octavo. Mediante acuerdo emitido el día ocho de junio de dos mil diecisiete, firmado por el DGCC, y notificado a las Partes el mismo día, se tuvo por presentada diversa información relacionada con la Operación.

Vigésimo noveno. Mediante acuerdo de fecha ocho de junio de dos mil diecisiete, publicado en lista del día nueve del mismo mes y año, el DGCC emitió 33 (treinta y tres) requerimientos de información a terceros, con fundamento en el artículo 90

fracción III, párrafos tercero y cuarto, de la LFCE (Acuerdos de Requerimiento a Terceros).

Trigésimo. En el periodo que va de fecha nueve de junio a fecha tres de agosto de dos mil diecisiete, se realizaron: i) diligencias de notificación de los Acuerdos de Requerimiento a Terceros, ii) se atendieron solicitudes de prórrogas para aportar información de esos terceros requeridos y iii) se acordó el debido desahogo de información de 31 (treinta y uno) de los 33 (treinta y tres) requerimientos formulados.

Trigésimo primero. Mediante acuerdo de fecha trece de junio de dos mil diecisiete, el DGCC emitió un requerimiento de información a las Partes con fundamento en el artículo 90, fracción III, párrafo tercero, de la LFCE (Acuerdo de Requerimiento a las Partes), el cual les fue notificado de manera personal en la misma fecha.

Trigésimo segundo. Mediante escrito y anexos presentados en la oficialía de partes de este Instituto el día veintisiete de junio de dos mil diecisiete, las Partes presentaron diversa información en respuesta al Acuerdo de Requerimiento a las Partes (Escrito del veintisiete de junio).

Trigésimo tercero. El siete de julio de dos mil diecisiete las Partes presentaron una promoción y documentos mediante el sistema instrumentado por el Instituto para Envío Electrónico de Documentos. Esta promoción y documentos no resultaron admisibles pues no se cumplieron los requisitos establecidos en los párrafos segundo y tercero del artículo 116 de la LFCE, toda vez que: (i) fue presentado en un horario y día que eran hábiles para la oficialía de partes del Instituto; y (ii) no fueron presentados en la oficialía de partes al día hábil siguiente de haberse efectuado la transmisión.

Trigésimo cuarto. El once de julio de dos mil diecisiete, las Partes presentaron en la oficialía de partes del Instituto un escrito con "propuestas de condiciones a las que se sujetaría la Operación" y "con el propósito de ofrecer medidas para mitigar el riesgo de que la (Operación) pudiera tener efectos contrarios al proceso de competencia y libre concurrencia en México" (Propuesta Inicial de Condiciones).

Trigésimo quinto. Mediante acuerdo de fecha doce de julio de dos mil diecisiete y publicado en lista de acuerdos el día trece de julio del mismo año, la DGCC tuvo por presentado el escrito de Propuesta Inicial de Condiciones en términos del tercer párrafo del artículo 90 de la LFCE para los efectos previstos en el cuarto párrafo de esta disposición. Esto es, se tuvo por presentada la Propuesta Inicial de Condiciones presentada voluntariamente por las Partes y, al no haber sido presentada con el escrito de notificación, el plazo de 60 (sesenta) días con que el Instituto cuenta para resolver quedó interrumpido y volvió a contar desde su inicio a partir del once de julio de dos mil diecisiete, fecha en la que fue presentada la propuesta señalada.

Trigésimo sexto. El tres de agosto de dos mil diecisiete, uno de los terceros requeridos en el procedimiento aportó información y manifestaciones en alcance a su desahogo (Escrito de Manifestaciones de Tercero Requerido), mismo respecto del cual se tomó conocimiento y ordenó glosar al expediente en acuerdo emitido en esa misma fecha.

Trigésimo séptimo. Mediante acuerdo de fecha tres de agosto de dos mil diecisiete y publicado en listas el día cuatro de agosto, se ordenó dejar sin efectos los oficios IFT/226/UCE/DG-CCON/388/2017 y IFT/226/UCE/DG-CCON/397/2017 emitidos a dos terceros requeridos, toda vez que sólo en esos dos casos no existió certeza de que los domicilios en donde se realizó su notificación correspondieran al de los agentes económicos a quienes se pretendía requerir. Por otra parte, en ese mismo acuerdo se ordenó dejar sin efectos el oficio IFT/226/UCE/DG-CCON/395/2017 por haberse encontrado a otro tercero requerido en domicilio diverso. Así, respecto de los dos primeros oficios señalados, el acuerdo emitido consideró que no era necesario continuar con las diligencia de búsqueda de domicilio cierto y actual de esos dos faltantes terceros requeridos, pues todos los restantes requeridos (treinta y uno de ellos) ya habían entregado información suficiente y bastante para estar en posibilidad de evaluar los puntos solicitados y con la finalidad de procurar la continuidad del procedimiento.

Trigésimo octavo. Mediante escrito de fecha cuatro de agosto de dos mil diecisiete, las Partes presentaron dos escritos en alcance a la Propuesta Inicial de Condiciones derivado de la identificación de riesgos que señalan haber realizado respecto del caso concreto (Primer y Segundo Alcance a la Propuesta Inicial de Condiciones). La recepción de ambos documentos se acordó en la misma fecha.

En virtud de los Antecedentes referidos y las siguientes,

II. CONSIDERACIONES

PRIMERO. Facultades del Instituto.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 28 párrafos décimo cuarto, décimo quinto y décimo sexto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM); 5 párrafo primero, de la LFCE y 7 párrafo tercero de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR), el Instituto es un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio que tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, y para tales efectos tiene a su cargo, la regulación, promoción y supervisión, entre otros, del acceso a infraestructura pasiva y otros insumos esenciales; y es la autoridad en materia de competencia económica en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones.

Por lo anterior, el Instituto está facultado para tramitar, evaluar y resolver sobre la Operación, pues constituye una concentración que involucra a agentes

económicos y mercados que forman parte de los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión.

SEGUNDO. Competencia del Instituto

Como se refiere en el antecedente Decimotercero de esta Resolución, el ámbito competencial del Instituto respecto de la Operación fue determinado por el Segundo Tribunal Colegiado Especializado en el conflicto competencial C.C.A. 1/2017.

Como se señala en los antecedentes primero y segundo de esta Resolución, las Partes pretenden realizar una operación con efectos en mercados que forman parte de los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, en los cuales el IFT es la autoridad competente en materia de competencia económica y tiene las facultades exclusivas para aplicar la LFCE, pero también en mercados que no forman parte de estos sectores, en los que la autoridad competente es la COFECE.

Por lo anterior, las Partes ocurrieron a notificar una parte de la concentración ante el IFT y la otra parte ante la COFECE. El conflicto competencial se suscitó únicamente respecto de la parte de la concentración que fue notificada por las Partes ante la COFECE sobre la cual, como se refiere en el antecedente sexto de esta Resolución, el Pleno del Instituto consideró que las actividades económicas involucradas en la operación notificada ante la COFECE forman parte de la operación notificada ante el Instituto y debían ser analizadas como una sola concentración; y abogó por la no separación de la continencia de la causa.

A su vez el Segundo Tribunal Colegiado Especializado se pronunció en el siguiente sentido:²

"Así es, pues como se vio a lo largo de esta ejecutoria, tratándose de la concentración notificada, la determinación de los mercados relevante y los mercados relacionados, así como los efectos reales que podría generar la operación con respecto a los demás competidores y demandantes del bien o servicio, son cuestiones que deben estudiarse considerando las especialidades de cada mercado.

(...)

En las relatadas condiciones, se determina que en términos de lo dispuesto en el artículo 28, párrafo décimo sexto, de la CPEUM, corresponde tanto al Instituto Federal de Telecomunicaciones como a la Comisión Federal de Competencia Económica, en sus respectivas

² Páginas 65 y 66 del fallo, disponible en:
[http://sise.cjf.gob.mx/SVP/word1.aspx?arch=1305/13050000204166870004004.pdf_0&sec=Jorge Alberto Ram%C3%ADrez Hern%C3%A1ndez&svp=1](http://sise.cjf.gob.mx/SVP/word1.aspx?arch=1305/13050000204166870004004.pdf_0&sec=Jorge%20Alberto%20Ram%C3%ADrez%20Hern%C3%A1ndez&svp=1)

competencias, el conocimiento de la concentración en los términos en que les fueron notificadas." (Énfasis añadido)

Por lo tanto, resolvió:³

"ÚNICO. Corresponde tanto al Instituto Federal de Telecomunicaciones como a la Comisión Federal de Competencia Económica, en sus respectivas competencias, el conocimiento de la concentración en los términos en que les fueron notificadas, tal como lo sostiene la Comisión Federal de Competencia Económica." (Énfasis añadido)

Así, en términos de la resolución señalada, el Instituto es la autoridad competente para conocer de la concentración únicamente en los términos del Escrito de Notificación:⁴

"El Instituto es competente para analizar los efectos derivados de la Operación Notificada en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, dado que (i) ciertas subsidiarias mexicanas de AT&T están autorizadas por el Instituto como proveedores de servicios de telecomunicaciones en México y ofrecen servicios a través de redes de telecomunicaciones de conformidad con los títulos de concesión de los que son titulares; y (ii) los contenidos audiovisuales respecto de los cuales las divisiones de Turner, HBO y Warner Bros. de Time Warner otorgan licencias en México se distribuyen y explotan a través de servicios de telecomunicaciones y radiodifusión (i.e., televisión y audio restringido ("STAR") y televisión radiodifundida) y otras plataformas de distribución de medios de terceros (los "Productos Relevantes de Time Warner"). (...)"

El Instituto no es autoridad competente respecto de la parte de la concentración que fue notificada a la COFECE en los siguientes términos:⁵

"El resto de los productos y servicios que ofrece Time Warner en México no serán abordados de forma detallada en la presente notificación, ya que no son competencia del Instituto al no estar relacionados ni afectar en forma alguna a los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión. Estos productos y servicios incluyen: (a) licencias de obras cinematográficas para su exhibición en salas de cine y otros establecimientos, (b) distribución de largometrajes, series de TV y videojuegos en medios físicos (i.e., DVD, Blu-ray y discos de videojuegos y otros contenidos audiovisuales) y digitales; (c) licencias de propiedad intelectual para productos de consumo; (d) venta de publicaciones y coleccionables de DC Comics (una subsidiaria de Time Warner Bros.) a través distribuidores; y (e) producción y programación de contenidos

³ Idem, página 66.

⁴ Página 3.

⁵ Páginas 3 y 4 del Escrito de Notificación.

audiovisuales. Una notificación de concentración en relación con los efectos derivados de la Operación Notificada en dichas actividades será presentada ante la Comisión Federal de Competencia Económica (la "Comisión") en términos de la legislación aplicable."

TERCERO. Las Partes involucradas en la Operación

3.1. Adquiriente

AT&T

AT&T es una sociedad pública de responsabilidad limitada, constituida de conformidad con las leyes del estado de Delaware, Estados Unidos de América (EUA) y que cotiza en la Bolsa de Valores de Nueva York bajo el símbolo "T".

WMS

WMS es una sociedad constituida en los EUA, subsidiaria al 100% (cien por ciento) de AT&T.

WMS es un vehículo de propósito específico, constituida por AT&T para efectos de llevar a cabo la Operación.

3.2. Adquirido

Time Warner

Time Warner es una sociedad constituida conforme a las leyes del estado de Delaware, EUA, cuyas acciones cotizan en la Bolsa de Valores de Nueva York bajo la clave de cotización "TWX".

CUARTO. La Operación

4.1. Descripción

La Operación consiste en la adquisición, por parte de AT&T del total de las acciones representativas del capital social de Time Warner.

Los términos de la Operación fueron documentados por las Partes mediante un convenio y plan de fusión (*Agreement and Plan of Merger*) de fecha [REDACTED] [REDACTED] celebrado entre Time Warner, AT&T y WMS (Convenio de Fusión).⁶

⁶ Las Partes presentaron copia simple del Convenio de Fusión junto con una traducción al español de los que consideraron los principales términos y condiciones, realizada por un perito traductor, el cual consta en el expediente CNC-004-2016 en las fojas 47-111 53-156.

De conformidad con el Convenio de Fusión, Time Warner fusionará a WMS; subsistirá como sociedad fusionante y será una subsidiaria al 100% (cien por ciento) propiedad de AT&T (Fusión).⁷

En compensación por la Operación, AT&T entregará a los accionistas de Time Warner 50% (cincuenta por ciento) del monto de la transacción en efectivo y la parte restante en acciones representativas del capital social de AT&T.

Estructura accionaria de AT&T después de la Operación

De acuerdo con estimaciones de las Partes, como resultado de la Operación: (i) los accionistas de Time Warner podrán ser titulares del 14% (catorce por ciento) y hasta 15.3% (quince punto tres por ciento) del total de las acciones de AT&T; y (ii) los accionistas de AT&T serán titulares de la participación restante, que será de entre el 86% (ochenta y seis por ciento) y 84.7% (ochenta y cuatro punto siete por ciento).

Después de la Operación, Vanguard Group será el único accionista que tendrá una participación de 5% (cinco por ciento) o mayor en el capital social de AT&T. Esta entidad será titular de entre [REDACTED] y [REDACTED] de las acciones de AT&T. Las Partes precisan que a Vanguard Group esa participación no le permite controlar, ni tener la facultad para nombrar a los miembros del consejo de administración de AT&T, ni a sus ejecutivos y directivos.

Relación con Vanguard Group

De acuerdo con hechos notorios para el Instituto,⁸ Vanguard Group es un fondo de inversión que es accionista minoritario en sociedades que participan directa o

⁷ [REDACTED]

⁸ Constituyen hechos notorios para efectos de este cumplimiento: los acontecimientos de dominio público, el contenido de las páginas web de diversos agentes económicos y la documentación contenida en los expedientes que obren en sus archivos. Sirven de base a lo anterior las siguientes tesis.

HECHOS NOTORIOS. CONCEPTOS GENERAL Y JURÍDICO. Época: Novena Época. Registro: 174899. Instancia: Pleno. Tipo de Tesis: Jurisprudencia. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Tomo XXIII, Junio de 2006. Materia(s): Común. Tesis: P./J. 74/2006, página 963.

HECHOS NOTORIOS, LOS MAGISTRADOS INTEGRANTES DE LOS TRIBUNALES COLEGIADOS DE CIRCUITO PUEDEN INVOCAR CON ESE CARÁCTER LAS EJECUTORIAS QUE EMITIERON Y LOS DIFERENTES DATOS E INFORMACIÓN CONTENIDOS EN DICHAS RESOLUCIONES Y EN LOS ASUNTOS QUE SE SIGAN ANTE LOS PROPIOS ÓRGANOS. Novena Época, Registro número 164049, Primer Tribunal Colegiado en Materias Penal y de Trabajo del Décimo Noveno Circuito, Tesis Jurisprudencia, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Tomo XXXII, Agosto de 2010, Materia Común, Tesis: XIX, 1o, PTJ/4, página 2023.

HECHO NOTORIO. LO CONSTITUYEN LAS RESOLUCIONES DE LOS ÓRGANOS DEL CONSEJO DE LA JUDICATURA FEDERAL QUE SE REGISTRAN EN EL SISTEMA INTEGRAL DE SEGUIMIENTO DE EXPEDIENTES. Décima Época, Registro 2009054, Décimo Tribunal Colegiado en Materia Civil del Primer Circuito, Tesis Aislada, Gaceta del Semanario Judicial de la Federación, Libro 18, Mayo de 2015, Tomo III, Materia Común, Tesis I.10o.C.2 K (10a.), página: 2187.

indirectamente en la provisión de servicios de telecomunicaciones y/o radiodifusión en México.⁹ De acuerdo con el informe anual de Vanguard Group para el año dos mil dieciséis, respecto al sector "Telecommunication Services", éste tiene participaciones accionarias en las sociedades AT&T, Verizon Communications Inc., Level 3 Communications Inc. (Level 3), CenturyLink, Inc. y Frontier Communications Corp.¹⁰ Únicamente se tiene conocimiento de la presencia en México de AT&T y Level 3.

Las participaciones accionarias de ese fondo de inversión en las sociedades identificadas no le otorgan la capacidad de controlar, ni la facultad para nombrar a miembros de órganos de decisión, o a directivos de esa sociedad.

4.2. Actualización de los umbrales de notificación establecidos en la LFCE

El artículo 86 de la LFCE establece umbrales a partir de los cuales los agentes económicos están obligados a notificar las concentraciones al Instituto y obtener autorización antes de realizarlas.

"Artículo 86. Las siguientes concentraciones deben ser autorizadas por la Comisión antes de que se lleven a cabo:

(...)

III. Cuando el acto o sucesión de actos que les den origen impliquen una acumulación en el territorio nacional de activos o capital social superior al equivalente a ocho millones cuatrocientas mil veces el salario mínimo general diario vigente para el Distrito Federal y en la concentración participen dos o más Agentes Económicos cuyas ventas anuales originadas en el territorio nacional o activos en el territorio nacional conjunta o separadamente, importen más de cuarenta y ocho millones de veces el salario mínimo general diario vigente para el Distrito Federal.

(...)"

PÁGINAS WEB O ELECTRÓNICAS. SU CONTENIDO ES UN HECHO NOTORIO Y SUSCEPTIBLE DE SER VALORADO EN UNA DECISIÓN JUDICIAL. Época: Décima Época. Registro: 2004949. Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito. Tipo de Tesis: Aislada. Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Libro XXVI, Noviembre de 2013, Tomo 2. Materia(s): Civil. Tesis: I.3o.C.35 K (10a.), página 1373.

⁹ Véase la información contenida en las resoluciones emitidas por el Pleno del Instituto en los expedientes UCE/CNC-003-2014, UCE/CNC-006-2014, UCE/CNC-001-2015 y UCE/OLC-001-2016, cuyas versiones públicas están disponibles en http://apps.ift.org.mx/publicdata/P_IFT_EXT_131114_225_Version_Publica.pdf, http://apps.ift.org.mx/publicdata/P_IFT_EXT_181214_282_Version_Publica.pdf, <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliga/versionpublicapifftext29041586.pdf> y http://apps.ift.org.mx/publicdata/Version_Publica_UCE_P_IFT_EXT_131016_25.pdf.

En la resolución al expediente UCE/OLC-001-2016, se identificó que Vanguard Group era accionista de EchoStar Corporation, al respecto, en ese documento se señaló que Vanguard Group no tenía control ni influencia significativa sobre ésta última.

¹⁰ Información disponible en <https://www.vanguard.com/funds/reports/q400.pdf>.

En esta disposición, la referencia al *salario mínimo general diario vigente* debe entenderse como referida a la Unidad de Medida y Actualización (UMA) de conformidad con lo dispuesto en el artículo Tercero transitorio del "DECRETO por el que se declara reformadas y adicionadas diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de desindexación del salario mínimo".¹¹

La Operación actualiza la fracción III del artículo 86 de la LFCE, por lo siguiente:

- a) El acto que le da origen implica una acumulación en el territorio nacional de activos cuyo monto es superior al equivalente a ocho millones cuatrocientos mil veces la UMA que equivale a 613.536 (seiscientos trece punto quinientos treinta y seis) millones de pesos. Al respecto, la suma de los activos de las subsidiarias que son propiedad Time Warner en México ascienden, al treinta y uno de diciembre de dos mil quince, a [REDACTED] millones de pesos.
- b) En la concentración participan dos o más agentes económicos cuyas ventas anuales originadas en el territorio nacional conjunta o separadamente, importan más de cuarenta y ocho millones de veces la UMA, equivalentes a 3,505.92 (tres mil quinientos cinco punto noventa y dos) millones de pesos. Lo anterior, toda vez que por el año terminado al treinta y uno de diciembre de dos mil quince AT&T, a través de AT&T Comercialización Móvil, S. de R.L. de C.V. que es sólo una de sus subsidiarias, tuvo ingresos por [REDACTED] millones de pesos.

4.3. Evaluación de la oportunidad de la notificación

De conformidad con el artículo 87 de la LFCE, el IFT considerará oportuna la notificación de una concentración cuando se cumple el siguiente criterio:

"ARTÍCULO 87.- Los Agentes Económicos deben obtener la autorización para realizar la concentración a que se refiere el artículo anterior antes de que suceda cualquiera de los siguientes supuestos:

¹¹ Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 27 de enero de 2016 y disponible en: http://www.dof.mx/nota_detalle.php?codigo=5423663&fecha=27/01/2016, cuyo artículo Tercero establece:

"Tercero.- A la fecha de entrada en vigor del presente Decreto, todas las menciones al salario mínimo como unidad de cuenta, índice, base, medida o referencia para determinar la cuantía de las obligaciones y supuestos previstos en las leyes federales, estatales, del Distrito Federal, así como en cualquier disposición jurídica que emane de todas las anteriores, se entenderán referidas a la Unidad de Medida y Actualización."

La UMA utilizada para el cálculo del umbral corresponde a aquella vigente para el año dos mil dieciséis, la cual equivale a \$73.04 (setenta y tres punto cero cuatro pesos). Ver información disponible en el sitio web del Servicio de Administración Tributaria, disponible en:

http://www.sat.gob.mx/fichas_tematicas/declaracion_anual/Paginas/UMA_2016.aspx.

1. El acto jurídico se perfeccione de conformidad con la legislación aplicable o, en su caso, se cumpla la condición suspensiva a la que esté sujeto dicho acto;

(...)."

De acuerdo con información presentada por las Partes, el cierre de la Operación no se ha perfeccionado al estar sujeto a condiciones suspensivas, entre las cuales se encuentra el obtener la autorización del Instituto.

Así, en términos del artículo 87, fracción I, de la LFCE la Operación fue notificada oportunamente.

Además, al día de hoy no se verifica que AT&T haya ejercido un control de hecho o de derecho en torno a los actos pretendidos, cumpliendo con el artículo 16 párrafo primero de las Disposiciones Regulatorias de la Ley Federal de Competencia Económica para los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión (Disposiciones Regulatorias).

4.4. Beneficios esperados por las Partes

En el Escrito de Notificación las Partes señalaron que la racionalidad de la Operación se enfoca en sus actividades en EUA y tiene el propósito de combinar los contenidos en medios de Time Warner y la distribución mediante televisión, medios móviles y banda ancha de AT&T. Además, esperan obtener los siguientes beneficios:

- Acelerar la habilidad de AT&T para desarrollar y proporcionar servicios de video de nueva generación a través de múltiples plataformas.
- Potenciar la habilidad de AT&T de desarrollar nuevos productos y servicios y de responder más rápidamente a los continuos cambios en el mercado.
- Otorgar a los consumidores mayores opciones en paquetes ofrecidos ya sea mediante STAR o a través de paquetes de banda ancha con mejoras en la interface e interactividad de los consumidores.
- Como consecuencia de ofrecer contenidos a través de sus redes móviles, un aumento en la demanda de banda ancha móvil, lo cual señalan, conduciría a mejoras en su red y a su vez, a mayores innovaciones y uso de sus redes.
- Ahorros en publicidad, adquisiciones y otros gastos.

QUINTO. Análisis de la Operación en materia de competencia económica.

5.1. Identificación de grupos de Interés económico (GIE)

En la Operación participarían dos GIEs:

- A. El GIE controlado por AT&T (Grupo AT&T), y
- B. El GIE controlado por Time Warner (Grupo Time Warner).

La identificación de los grupos de interés económico y agentes económicos relacionados, en el presente análisis de la Operación se realiza en forma consistente con lo dispuesto en la LFCE y decisiones precedentes del poder judicial.¹²

¹² Sirvan de referencia las siguientes:

1. Criterio de la Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), al resolver los cuestionamientos sobre la constitucionalidad del artículo 3 de la abrogada Ley Federal de Competencia Económica publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de diciembre de 1992, formulados en el amparo en los amparos en revisión 169/2007, 172/2007, 174/2007, 418/2007 y 168/2007.
2. PROCEDIMIENTO DE INVESTIGACIÓN DE PRÁCTICAS MONOPÓLICAS. CUANDO LAS CONDUCTAS ATRIBUIDAS A UNA EMPRESA FUERON DESPLEGADAS POR EL GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO AL QUE PERTENECE, LA COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA DEBE VINCULAR TANTO AL AGENTE INVESTIGADO COMO A LA INTEGRACIÓN VERTICAL DE OPERACIÓN DEL ALUDIDO GRUPO. Tesis de Jurisprudencia por reiteración I.4º.A. J/67, con número de registro 168587, emitida por el Cuarto Tribunal Colegido del Primer Circuito, localizable en el Semanario Judicial de la Federación, 9º Época, Tomo XXVIII, página 2,286, octubre 2008. Disponible en: [http://sif.scjn.gob.mx/sifsist/F\(xS70ZEAYwGYwKxXGWhR8zovlhDpF3LSKcCv9rmCPPUweBeaJ2-FfIM8ekZ3pJp1rrag9H9TEoM2H!!lpMWIB7C9Uumkpdnb42p1R9xaI54-fUA_D4s1Xp6mKf0GIWh1xeKNuAWdb7YHKcHJFoMgU0KpZSmBi451fIE-kJ8L3ol1\)\)/?paginas/DetalleGeneralV2.aspx?Clase=DetalleTesisBL&ID=168587&Semario=0](http://sif.scjn.gob.mx/sifsist/F(xS70ZEAYwGYwKxXGWhR8zovlhDpF3LSKcCv9rmCPPUweBeaJ2-FfIM8ekZ3pJp1rrag9H9TEoM2H!!lpMWIB7C9Uumkpdnb42p1R9xaI54-fUA_D4s1Xp6mKf0GIWh1xeKNuAWdb7YHKcHJFoMgU0KpZSmBi451fIE-kJ8L3ol1))/?paginas/DetalleGeneralV2.aspx?Clase=DetalleTesisBL&ID=168587&Semario=0)
3. AGENTES ECONÓMICOS. SU CONCEPTO (TESIS HISTÓRICA)). Registro No. 008260. 280 (H). Tribunales Colegiados de Circuito. Novena Época. Apéndice 1917-Septiembre 2011. Tomo IV. Administrativa Tercera Parte - Históricas Segunda Sección - TCC, página 1631. Disponible en: <http://ius.scjn.gob.mx/SJFSist/Documentos/Tesis/1008/1008260.pdf>.
4. INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES. PUEDE DECLARAR PREPONDERANTE TANTO A UN AGENTE ECONÓMICO. COMO A UN GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO. Tesis Aislada I.1o.A.E.57 A (10a.), Registro No. 2009320. Disponible en: <http://sif.scjn.gob.mx/SJFSem/Paginas/DetalleGeneralV2.aspx?ID=2009320&Clase=DetalleSemarioBL>.
5. GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO. SU CONCEPTO Y ELEMENTOS QUE LO INTEGRAN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA. Tesis de Jurisprudencia por reiteración I.4º.A. J/66, con número de registro 168470, emitida por el Cuarto Tribunal Colegido del Primer Circuito, localizable en el Semanario Judicial de la Federación, 9º Época, Tomo XXVIII, página 1,244, noviembre 2008.
6. Tesis de Jurisprudencia I.4o.A. J/70, con número de registro 168410, emitida por el Cuarto Tribunal Colegido del Primer Circuito, localizable en el Semanario Judicial de la Federación, 9º Época, Tomo XXVIII, página 1,271, noviembre 2008.
7. COMPETENCIA ECONÓMICA. CORRESPONDE A LA EMPRESA SANCIONADA DEMOSTRAR QUE NO FORMA PARTE DEL GRUPO DE INTERÉS ECONÓMICO AL QUE SE ATRIBUYE LA INSTRUMENTACIÓN Y COORDINACIÓN DE LAS CONDUCTAS CONSIDERADAS PRÁCTICAS MONOPÓLICAS. Tesis de Jurisprudencia I.4o.A. J/69, con número de registro 168497, emitida por el Cuarto Tribunal Colegido del Primer Circuito, localizable en el Semanario Judicial de la Federación, 9º Época, Tomo XXVIII, página 1,227, noviembre 2008. Disponible en: <http://sif.scjn.gob.mx/sifsist/Paginas/DetalleGeneralV2.aspx?Epoca=1e3e1000000000&Apendice=100000000000&Expresion=GRUPO%2520DE%2520INTER%25c3%2589S%2520ECON%25c3%2593MICO&Dominio=Rubro&T.A.TJ=2&Orden=1&Clase=DetalleTesisBL&NumTE=5&Epp=20&Desde=-100&Hasta=-100&Index=0&ID=168470&Hit=2&IDs=168497,168470,168496,168494,168587&tipoTesis=&Semario=0&tabla=>

A. Grupo AT&T

En esta Resolución se denomina como Grupo AT&T al grupo de interés económico encabezado por AT&T del cual forman parte un conjunto de empresas involucradas en actividades dentro del sector de telecomunicaciones, principalmente en EUA. Este GIE es un agente económico en términos del artículo 3, fracción I, de la LFCE.

En México, el Grupo AT&T tiene el control accionario de diversas sociedades, entre las que se encuentran:

- AT&T Global Network Services México, S. de R.L. de C.V. (AT&T GNS);
- AT&T Telecom Holdings, S. de R.L. de C.V. (AT&T H);
- AT&T Comunicaciones Digitales, S. de R.L. de C.V. (AT&T CD)
- AT&T Administración y Servicios, S. de R.L. de C.V.
- AT&T Comercialización Móvil, S. de R.L. de C.V.
- AT&T Conecta de México, S. de R.L. de C.V.
- AT&T Desarrollo en Comunicaciones de México, S. de R.L. de C.V.
- AT&T Grupo Servicios y Soporte, S. de R.L. de C.V.
- AT&T Ingeniería y Servicios, S. de R.L. de C.V.
- AT&T New GI, S. de R.L. de C.V.
- AT&T Norte, S. de R.L. de C.V.
- AT&T Ventas y Servicios, S. de R.L. de C.V.
- Grupo AT&T Celular, S. de R.L. de C.V.
- Infotelecom, S.A. de C.V.
- AT&T Fundación A.C.¹³

A.1. Agente económico relacionado (AE Relacionado) al Grupo AT&T en México

En atención al artículo 63, fracciones III y IV, de la LFCE, se identifica que el Grupo AT&T, a través de DIRECTV, tiene una participación accionaria de 41.3% (cuarenta y uno punto tres por ciento) en el capital social de Innova, S. de R.L. de C.V. (Sky

¹³ En el entendido que la identificación del Grupo AT&T en esta Resolución no prejuzga sobre la dimensión e integrantes de tal Agente Económico en otras decisiones o resoluciones emitidas por el Instituto.

México), la cual otorga a AT&T, a través de DIRECTV, el derecho a nombrar [REDACTED] miembros de los [REDACTED] que integran el consejo de administración de Sky México.

El accionista mayoritario de Sky México es Grupo Televisa, S.A.B. (GTV), quien a través de Sky DTH, S. de R.L. de C.V., tiene el restante 58.7% (cincuenta y ocho punto siete por ciento). En diversos precedentes decisorios, el Instituto ha resuelto que Sky México forma parte del GIE al que pertenece GTV (GIETV).¹⁴

Si bien la participación de AT&T en Sky México no genera una relación de control, sí le otorga una influencia significativa pues restringe o puede restringir los incentivos de ambos agentes económicos (i.e. Grupo AT&T y GIETV) a un grado que limite su capacidad o incentivos para actuar en forma independiente en los mercados en los que participan, por lo que se considera que Sky México forma parte del GIETV y es un Agente Económico Relacionado del Grupo AT&T.

B. Grupo Time Warner

Time Warner es una empresa de los EUA que tiene el control accionario de un conjunto de subsidiarias que se identifica como Grupo Time Warner, y que a nivel internacional participan en diversos negocios relacionados por la provisión y licenciamiento de **Contenidos Audiovisuales**, término que en esta Resolución se emplea para hacer referencia a programas audiovisuales, canales de programación y paquetes de canales.

Time Warner opera sus negocios a través de tres divisiones operativas encabezadas por:

- Turner Broadcasting System, Inc. (Turner),
- Home Box Office, Inc. (HBO) y
- Warner Bros. Entertainment, Inc. (Warner).

De acuerdo con la información presentada por las Partes, algunas de las sociedades que integran el Grupo Time Warner se identifican en la Figura 1¹⁵.

¹⁴ Ver, por ejemplo, resolución correspondiente al expediente UCE/CNC-003-2015. Disponible en: http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdaliga/versionpublicapiffext1902167_1.pdf

¹⁵ En el entendido que la determinación del Grupo Time Warner en esta Resolución no prejuzga sobre la dimensión e integrantes de tal Agente Económico en otras decisiones o resoluciones emitidas por el Instituto.

Además, Time Warner participa, indirectamente, en el capital social de las siguientes sociedades en México:

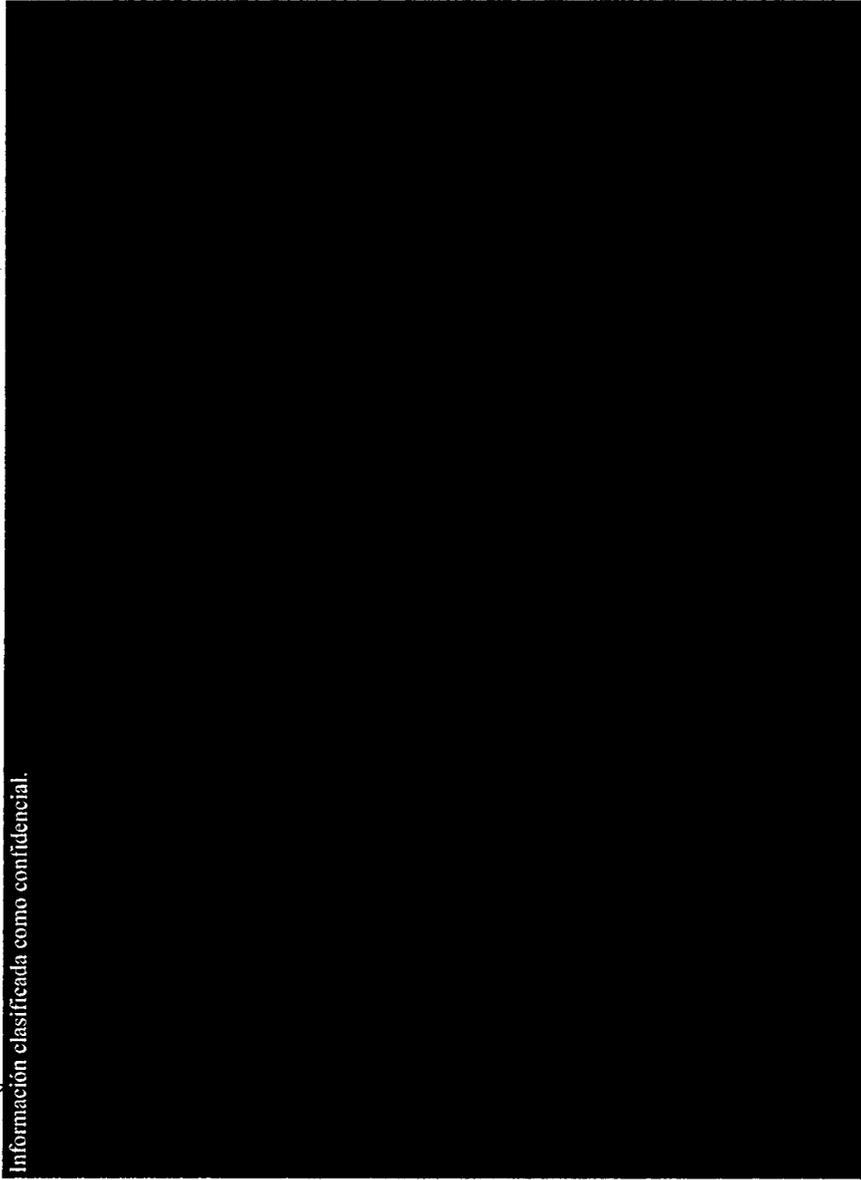
- i) Turner International México, S.A. de C.V. (Turner IM), Warner Home Video México, S.A. de C.V. (Warner HVM) y Warner Home Video Service Company, S.A. de C.V. (Warner HVSC), subsidiarias indirectas [REDACTED] propiedad de Time Warner;
- ii) México Channels Advertising Services, S. de R.L. de C.V. y HBO Ole Marketing Services, S. de R.L. de C.V., sociedades pertenecientes a HBO Latin América Group,¹⁶ y
- iii) Coyoacán Films, S.A. de C.V., de la cual Time Warner es propietaria, indirectamente, del [REDACTED] de su capital social.¹⁷

¹⁶ La participación accionaria (indirecta) de Time Warner en las sociedades que conforman HBO LAG es de [REDACTED]. Time Warner tiene la facultad de nombrar a [REDACTED] de los [REDACTED] miembros del consejo de administración de HBO LAG. Las Partes señalan que Ole Communications no controla ni es controlada por Time Warner, y que Time Warner no está en posibilidad de proporcionar información que no sea pública respecto a Ole Communications.

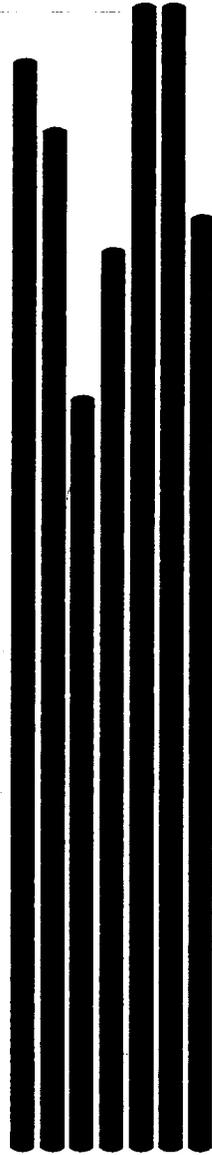
¹⁷ El [REDACTED] restante es propiedad de la sociedad Videocine, S.A. de C.V.

Figura 1. Sociedades con participación de Time Warner

Información clasificada como confidencial.



Notas:



[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

B.1. HBO LAG

La división HBO para América Latina distribuye en forma mayorista **Contenidos Audiovisuales propiedad de Time Warner** a través de HBO Ole Partners, L.L.C., HBO Ole Distribution, L.L.C. y DMS Media Services, LLC., quienes, junto con sus subsidiarias, son identificadas por las Partes como HBO Latin América Group (**HBO LAG**). Para América Latina, HBO LAG también distribuye **Contenidos Audiovisuales propiedad de terceros**.

Respecto de esta entidad, las Partes aportan los siguientes elementos:¹⁸

¹⁸ Por ejemplo, de acuerdo con el [REDACTED]

[REDACTED]
* (...)

(...)
[REDACTED]

(...)
[REDACTED]

(...)
[REDACTED]

(...)
[REDACTED]

(...)* (Énfasis añadido).
Términos similares, pueden ser encontrados en el resto de los acuerdos proporcionados por las Partes para la provisión y licenciamiento de Canales de Acceso Restringido propiedad de terceros.

Nota: de acuerdo con el documento referido el término [REDACTED] se refiere a [REDACTED]

- a) Time Warner tiene el [REDACTED] del capital social de HBO LAG;
- b) Como accionista, Time Warner percibe utilidades de HBO LAG;
- c) Time Warner nombra [REDACTED] consejeros de [REDACTED]. No demuestra que esos consejeros sean independientes o estén impedidos a tener acceso a la información de HBO LAG;
- d) El representante legal de Time Warner precisa que HBO LAG es un grupo no consolidado de coinversiones entre HBO y Ole Communications y que se encuentra bajo el control conjunto de dichas sociedades;
- e) HBO LAG es el proveedor y licenciante [REDACTED] de los canales que distribuye en México;
- f) HBO LAG se encarga de la negociación y ejecución de los acuerdos con proveedores de STAR, bajo un esquema estándar respecto a todos los canales que distribuye, incluidos los de Time Warner;
- g) HBO LAG negocia con los proveedores del STAR considerando los canales propios y los canales de terceros. De hecho, empaqueta canales de Time Warner y de terceros, y negocia con cada cliente las tarifas por suscriptor para esos paquetes. No obstante lo anterior, se han identificado clientes a los que vende por separado algunos de los canales de [REDACTED]
- h) Los terceros, dueños de los canales licenciados por HBO LAG, quedan ligados a los términos acordados por este último en los contratos con proveedores de STAR. [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
- i) Los rangos de precios de los canales, a ser licenciados de forma individual o como parte de un paquete, [REDACTED]
[REDACTED]. Además, es la junta de representantes de socios de HBO LAG (referida en los documentos como [REDACTED]
[REDACTED]) la que [REDACTED]
[REDACTED]
- j) Los acuerdos referidos, entre HBO LAG y los terceros dueños de los canales, estipulan que [REDACTED]
[REDACTED] a menos que haya sido mutuamente acordado con HBO LAG. En disputas respecto a [REDACTED] los terceros dueños de canales deben [REDACTED] de HBO LAG;

- k) HBO LAG, además de negociar tarifas y condiciones con los clientes de STAR respecto a paquetes de canales, también negocia precios y condiciones con terceros proveedores de contenido, así como con Time Warner. Es decir, además de la participación accionaria y en órganos de decisión, por parte de Time Warner, en HBO LAG, también podrían existir intercambio de información entre personal operativo de esas dos sociedades; esa situación facilitaría el comportamiento coordinado en la provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales a proveedores del STAR, y
- D) En el informe anual 2016 de Time Warner (pág. 97), se precisa que "(...) la inversión en HBO LAG está destinada a permitir a la Compañía (Time Warner) aprovechar más ampliamente su programación y estrategia digital en los territorios atendidos y aprovechar las crecientes oportunidades de televisión multicanal en dichos territorios. La Compañía provee programación, así como ciertos servicios, incluyendo distribución, licencias y apoyo tecnológico y administrativo a HBO LAG. HBO LAG se financia a través de los flujos de efectivo de sus operaciones y la Compañía no está obligada a proporcionar a HBO LAG ningún apoyo financiero adicional. Además, los activos de HBO LAG no están disponibles para liquidar las obligaciones de la Compañía." (Énfasis añadido).¹⁹

El representante legal de Time Warner precisa que HBO LAG: (i) es un grupo no consolidado de **colversiones** entre HBO y Ole Communications, Inc. (Ole Communications); (ii) se encuentra bajo el **control conjunto** de ambas sociedades; y (iii) opera de forma independiente a Time Warner.

A este respecto, las Partes han señalado que:

"En relación con los canales básicos de terceros que son distribuidos por HBO LAG, HBO LAG distribuye dichos canales únicamente en su carácter de agente del tercero propietario del canal básico, y HBO LAG no tiene, por sí misma, propiedad o control alguno sobre dicho canal (a diferencia

¹⁹ Al respecto, las Partes precisan que HBO LAG es un *joint venture* en funcionamiento pleno, siendo responsable de su propio licenciamiento, producción y distribución de programación. HBO LAG cuenta con sus propias funciones ejecutivas, legales, financieras, de recursos humanos y otras funciones de apoyo necesarias para llevar a cabo su negocio de manera independiente. El Reporte Anual 2016 de Time Warner Inc. (Form 10-K) identifica áreas donde los negocios de Time Warner tienen contacto con el de HBO LAG, sin embargo eso no afecta en modo alguno el funcionamiento independiente de HBO LAG, pues:

- **Programación:** HBO licencia programación a HBO LAG en términos de mercado;
- **Apoyo tecnológico:** HBO licencia el uso de la plataforma tecnológica de HBO GO a HBO LAG en términos de mercado;
- **Apoyo para licenciamiento y distribución:** HBO LAG licencia parte de su contenido a HBO en términos de mercado, mismo que HBO distribuye, a su vez, en territorios específicos fuera de Latinoamérica, y
- **Apoyo administrativo:** A petición de HBO LAG, HBO proporciona de tiempo en tiempo apoyo administrativo limitado a HBO LAG en asuntos específicos (i.e., asesoría fiscal).

de los canales de Turner o los canales propiedad de HBO). Por ejemplo, es el tercero -dueño del canal- y no HBO LAG, quien establece y determina en última instancia las tarifas por el licenciamiento de cada canal y no HBO LAG. (...).²⁰

"(...) Time Warner no controla el licenciamiento de HBO ni de los canales básicos de terceros, gestionado por HBO LAG. (...). Time Warner no controla a HBO LAG y no tiene el poder de ordenarle o instruirle que adopte una conducta discriminatoria o cualquier otra estrategia de desplazamiento a los competidores de Sky México"²¹

"(...) HBO LAG no es por sí misma una entidad o sociedad específica, sino un nombre que se utiliza para identificar a un joint-venture entre HBO y OCI en Latinoamérica. HBO LAG se encuentra bajo el control conjunto de HBO y OCI.

OCI es una sociedad independiente de Time Warner, y según se ha expuesto a ese Instituto, Time Warner no tiene ninguna participación accionaria en OCI (como tampoco OCI tiene participación alguna en Time Warner). (...).

(...) las reglas que rigen en relación con la administración y toma de decisiones en HBO OLE pueden resumirse de la siguiente manera:

La Administración de HBO OLE está a cargo de un Gerente General.

Time Warner, a través de HBO como socio de HBO OLE, no cuenta con facultades o el poder de instruir o dirigir al Gerente General de HBO OLE para que realice o deje de realizar cualquier acto.

Solo el órgano colegiado denominado Board of Representatives de HBO OLE cuenta con el poder de instruir o dirigir al Gerente General de HBO OLE a que realice o deje de realizar cualquier acto.

Cualquier acto del órgano colegiado Board of Representatives de HBO OLE, incluyendo cualquier instrucción u orden al Gerente General de HBO OLE para que realice o deje de realizar cualquier acto, requiere del consentimiento conjunto de HBO y OCI.

(...).²² (Énfasis añadido)

Time Warner señala que, debido a que opera en forma independiente, los canales licenciados por HBO LAG no deben considerarse para medir la participación de mercado de Time Warner.

Así, con base en la información y documentación que obra en el Expediente, esta autoridad concluye que:

²⁰ Señalado por las Partes en el Escrito del doce de mayo.

²¹ Señalado por las Partes en el Escrito del treinta y uno de mayo.

²² Escrito del veintisiete de junio.

- (i) Time Warner es tenedora del [REDACTED] de las acciones representativas del capital social de HBO LAG; y, es tenedora de derechos de control conjunto de iure y para designar miembros de su órgano de decisión (*Board of Representatives*). En consecuencia, se tienen elementos suficientes para determinar que HBO LAG forma parte del Grupo de Interés Económico encabezado por Time Warner;²³
- (ii) Si bien los elementos aportados por las Partes son suficientes para considerar que actualmente HBO LAG tiene una separación operativa de Time Warner en la provisión y licenciamiento de canales, esa situación está supeditada al ejercicio de los derechos identificados en el inciso (i) y puede cambiar en el futuro, y
- (iii) HBO LAG constituye un medio para proveer y licenciar en el territorio nacional los canales que son propiedad de Time Warner y otros que son propiedad de terceros. Por ende, sus actividades deben ser consideradas para evaluar los efectos de la Operación en el territorio nacional.

En consecuencia, HBO LAG se tiene como parte del Grupo de Interés Económico encabezado por Time Warner que, a su vez, tiene el carácter de agente económico para efectos de la LFCE.

5.2. Negocio del Grupo AT&T y su AE Relacionado en México

AT&T tiene presencia en México a través de sus subsidiarias AT&T GNS, AT&T H, AT&T CD y DIRECTV; así como del AE Relacionado Sky México.

Las subsidiarias de AT&T en México se dedican a las siguientes actividades:

- i) Provisión de servicios de telecomunicaciones móviles -voz y mensajes cortos, así como acceso a internet de banda ancha móvil- (AT&T H y AT&T CD);
- ii) Transporte de datos mediante la provisión de redes privadas virtuales (VPN por sus siglas en inglés) a empresas multinacionales (AT&T GNS), y
- iii) Provisión y licenciamiento del canal de programación "Golf Channel" a proveedores del STAR (DIRECTV).

Por otra parte, **Sky México**, que es una AE Relacionado con AT&T, participa en la provisión del servicio de televisión y audio restringidos (**STAR**), a través de las marcas **Sky** y **VeTV**.

A continuación, se describen los negocios de esas sociedades.

AT&T GNS

AT&T GNS no es propietaria de redes de telecomunicaciones ni detenta concesiones para la operación de redes públicas de telecomunicaciones en

²³ De conformidad con los criterios aplicables, referidos en la nota al pie de página número 12 de esta Resolución.

México. No obstante, dispone de un permiso para establecer y operar una comercializadora de servicios de telecomunicaciones, con cobertura nacional y servicios autorizados de telefonía local fija, telefonía local móvil, larga distancia internacional, larga distancia nacional y transmisión de datos.

AT&T GNS presta los servicios de:

- Transporte de datos mediante redes privadas virtuales (VPN, por sus siglas en inglés) a empresas multinacionales. Estos servicios permiten a los clientes de AT&T GNS contar con Internet de gestión global, así como voz IP (VoIP), telepresencia, audioconferencias, entre otros, y
- Servicios de administración de información, reventa de equipo, aplicaciones de software de comunicación unificada, entre otros.

AT&T H

AT&T H, a través de sus subsidiarias, es titular de concesiones para explotar frecuencias de espectro radioeléctrico en las bandas de 824-849 / 869-894 MHz (CELULAR), 1850-1910 / 1930-1990 MHz (PCS), 1710-1770 / 2110-2170 MHz (1.7/2.1 GHz o AWS), 7 GHz, 15 GHz, 23 GHz y 38 GHz, así como concesiones para instalar y operar redes públicas de telecomunicaciones.

En el Cuadro 1 se listan las actividades, las concesiones y permisos que detentan las subsidiarias de AT&T H.

Cuadro 1. Concesiones de las subsidiarias de AT&T H

Subsidiaria	Tipo de concesión	Servicios autorizados	Cobertura
CONCESIONES EN LA BANDA CELULAR			
Grupo AT&T Celular, S. de R.L. de C.V.	Cinco concesiones para aprovechar bandas de frecuencias de espectro radioeléctrico en la banda CELULAR, así como cinco concesiones para instalar y operar una Red Pública de Telecomunicaciones (RPT).	Cualquier servicio de telecomunicaciones que técnicamente le permita su infraestructura, salvo radiodifusión.	Región CELULAR 5 Región CELULAR 6 Región CELULAR 7 Región CELULAR 8 Región CELULAR 9
CONCESIONES EN LA BANDA PCS			
AT&T Comercialización Móvil, S. de R.L. de C.V.	Nueve concesiones para aprovechar frecuencias de espectro radioeléctrico en la banda PCS así como	Telefonía móvil y acceso a internet.	Región PCS 1 Región PCS 2 Región PCS 3

Subsidiaria	Tipo de concesión	Servicios autorizados	Cobertura
	una concesión para instalar y operar una RPT.		Región PCS 4 Región PCS 5 Región PCS 6 Región PCS 7 Región PCS 8 Región PCS 9
AT&T Desarrollo en Comunicaciones de México, S. de R.L. de C.V.	Seis concesiones para aprovechar frecuencias de espectro radioeléctrico en la banda PCS.	Telefonía - móvil y acceso a internet.	Región PCS 2 Región PCS 3 Región PCS 5 Región PCS 6 Región PCS 7 Región PCS 8
AT&T Norte, S. de R. L. de C.V.	Cinco concesiones para aprovechar frecuencias de espectro radioeléctrico en la banda PCS.	Telefonía móvil y acceso a internet.	Región PCS 1 Región PCS 2 Región PCS 4 Región PCS 5
CONCESIONES EN LA BANDA AWS			
AT&T Desarrollo en Comunicaciones de México, S. de R.L. de C.V.	Una concesión para aprovechar frecuencias de espectro radioeléctrico en la banda AWS.	Telefonía móvil y acceso a internet.	Región AWS 9
AT&T Norte, S. de R. L. de C.V.	Cinco concesiones para aprovechar frecuencias de espectro radioeléctrico en la banda AWS.	Telefonía móvil y acceso a internet.	Región AWS 2 Región AWS 3 Región AWS 4 Región AWS 5 Región AWS 7
OTRAS CONCESIONES Y PERMISOS			
AT&T New GI, S. de R.L. de C.V.	Una concesión para aprovechar frecuencias de espectro radioeléctrico en la banda de 7 GHz.	Provisión de capacidad para el establecimiento de enlaces de microondas.	Nacional

Subsidiaria	Tipo de concesión	Servicios autorizados	Cobertura
AT&T New GI, S. de R.L. de C.V.	Una concesión para aprovechar frecuencias de espectro radioeléctrico en la banda de 15 GHz.	Provisión de capacidad para el establecimiento de enlaces de microondas.	Nacional
AT&T New GI, S. de R.L. de C.V.	Dos concesiones para aprovechar frecuencias de espectro radioeléctrico en la banda de 23 GHz.	Provisión de capacidad para el establecimiento de enlaces de microondas.	Nacional
AT&T New GI, S. de R.L. de C.V.	Nueve concesiones para aprovechar frecuencias de espectro radioeléctrico en la banda de 37/38 GHz.	Provisión de capacidad para el establecimiento de enlaces de microondas.	Nacional
AT&T Comercialización Móvil, S. de R.L. de C.V.	Una concesión para instalar y operar una RPT.	Provisión y arrendamiento de capacidad de la red para la emisión, transmisión o recepción de signos señales, escritos, imágenes, voz, sonidos o información de cualquier naturaleza. Comercialización de la capacidad adquirida respecto de redes de otros concesionarios de redes públicas de telecomunicaciones. Telefonía de Larga Distancia Nacional e Internacional. Transmisión de datos y videoconferencia.	Nacional
AT&T Desarrollo en Comunicaciones de México, S. de R.L. de C.V.	Una concesión para instalar y operar una RPT.	Local inalámbrico fijo o móvil de voz, datos y video. Comercialización de la capacidad de la	1. Sinaloa y Sonora excluyendo el municipio de San Luis Río Colorado. 2. Chihuahua y Durango y los siguientes municipios de

Subsidiario	Tipo de concesión	Servicios autorizados	Cobertura
		red para la emisión, transmisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes, voz, sonidos o información de cualquier naturaleza.	Coahuila: Torreón, Francisco I. Madero, Matamoros, San Pedro y Viesca. 3. Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán. 4. Colima, Michoacán, Nayarit y Jalisco. 5. Aguascalientes, Guanajuato, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas 6. Guerrero, Oaxaca, Puebla, Tlaxcala y Veracruz. 7. Ciudad de México, México, Hidalgo y Morelos.
AT&T Norte, S. de R.L. de C.V.	Una concesión para instalar y operar una RPT.	Cualquier servicio de telecomunicaciones que técnicamente le permita su infraestructura. Comercialización de la capacidad y servicios adquiridos de otros concesionarios de redes públicas de telecomunicaciones con los que el concesionario tenga celebrados los convenios correspondientes.	1. Baja California y Baja California Sur. 2. Sinaloa y Sonora. 3. Chihuahua y Durango. 4. Nuevo León Tamaulipas y Coahuila. 5. Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán. 6. Colima, Michoacán, Nayarit y Jalisco. 7. Aguascalientes, Guanajuato, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas
Grupo AT&T Celular, S. de R.L. de C.V.	Dos permisos para instalar y operar redes privadas para comunicaciones vía satélite mediante la instalación de estaciones terrenas.	Voz y Datos (para uso de las comunicaciones internas o privadas de la concesionaria).	No aplica.

Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por las Partes y del Registro Público de Concesiones del Instituto

Las Partes precisan que AT&T H también participa al [REDACTED] en el capital social de sociedades que actualmente no son titulares de concesiones o permisos en los sectores de telecomunicaciones o radiodifusión en México.

Cuadro 2. Otras subsidiarias de AT&T H

Subsidiaria	Descripción
Orillizo Holding BV	Constituida conforme a las leyes de los Países Bajos, tenedora de acciones.
AT&T Administración y Servicios, S. de R.L. de C.V.	Su actividad principal es la de prestar y recibir asesorías de cualquier carácter, tales como legales, administrativos, financieros de tesorería, auditoría, mercadotecnia, etc.
AT&T Ventas y Servicios, S. de R.L. de C.V.	Su actividad principal es la prestación de servicios administrativos, de asesoría y consultoría.
AT&T Ingeniería y Servicios, S. de R.L. de C.V.	Su actividad principal es la de prestar y recibir servicios y asesorías de cualquier carácter.
AT&T Conecta de México, S. de R.L. de C.V.	Su principal actividad es la prestación de servicios administrativos.
Infotelecom, S.A. de C.V.*	Su actividad principal es la instalación, operación y explotación del servicio del servicio de radiolocalización móvil de personas. (Actualmente sin ningún tipo de operación).

*La participación indirecta de AT&T H en las acciones representativas del capital social de Infotelecom, S.A. de C.V. es del [REDACTED]. El restante [REDACTED] es propiedad de Infomin, S.A. de C.V.

Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por las Partes.

Las subsidiarias de AT&T H detentan concesiones que las autorizan para prestar los siguientes servicios:

- Telefonía móvil, que incluye el servicio de mensajes de texto (SMS por sus siglas en inglés), y
- Acceso a internet de banda ancha móvil.

AT&T CD

Respecto a AT&T CD, se identifica que es titular de concesiones para explotar frecuencias de espectro radioeléctrico en las bandas 806-821/851-866 MHz (Trunking), AWS, 3.4 GHz, 10.5 GHz y 23 GHz, así como concesiones para instalar y operar RPTs. En el Cuadro 3 se listan dichas concesiones.

Cuadro 3. Concesiones de AT&T CD

Concesionario	Tipo de concesión	Servicios autorizados	Cobertura
CONCESIONES EN LA BANDA TRUNKING			
AT&T CD	Treinta y cuatro concesiones para aprovechar bandas de frecuencias de espectro radioeléctrico en la banda TRUNKING, así como treinta y dos para instalar y operar una RPT.	Radiocomunicación móvil de flotillas, telefonía móvil y acceso a internet.	Diversos estados en el territorio nacional
CONCESIONES EN LA BANDA PCS			
AT&T CD	Una concesión para aprovechar frecuencias de espectro radioeléctrico en la banda de PCS así como una concesión para instalar y operar una RPT.	Telefonía móvil y acceso a internet.	Región PCS 4
CONCESIONES EN LA BANDA AWS			
AT&T CD	Dos concesiones para aprovechar frecuencias de espectro radioeléctrico en la banda de AWS, así como una concesión para instalar y operar una RPT.	Telefonía móvil y acceso a internet.	9 Regiones AWS
OTRAS CONCESIONES Y PERMISOS			
AT&T CD	Nueve concesiones para aprovechar frecuencias de espectro radioeléctrico en la banda de 3.4 GHz, así como una concesión para instalar y operar una RPT.	Telefonía Inalámbrica Fija o Móvil.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Distrito Federal, Hidalgo, México y Morelos 2. Guerrero, Oaxaca, Puebla, Tlaxcala y Veracruz 3. Aguascalientes, Guanajuato, Jalisco, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas 4. Colima, Jalisco, Michoacán y Nayarit

Concesionario	Tipo de concesión	Servicios autorizados	Cobertura
			5. Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán 6. Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas 7. Chihuahua, Coahuila y Durango 8. Sinaloa y Sonora 9. Baja California, Baja California Sur y Sonora
AT&T CD	Siete concesiones para aprovechar frecuencias de espectro radioeléctrico en la banda de 10 GHz, así como una concesión para instalar y operar una RPT.	Provisión de enlaces de microondas.	1. Aguascalientes, Guanajuato, Jalisco, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas 2. Baja California, Baja California Sur y el municipio de San Luis Río Colorado en Sonora 3. Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán 4. Chihuahua, Coahuila y Durango 5. Guerrero, Oaxaca, Puebla, Tlaxcala y Veracruz 6. Sinaloa y Sonora excluyendo el municipio de San Luis Río Colorado.
AT&T CD	Una concesión para aprovechar frecuencias de espectro radioeléctrico en la banda de 23 GHz.	Provisión de capacidad para el establecimiento de enlaces de microondas.	Nacional
AT&T CD	Una concesión de RPT.	Telefonía básica de larga distancia nacional e internacional, transmisión de datos.	Nacional

Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por las Partes y del Registro Público de Concesiones del Instituto

DIRECTV

DIRECTV es una sociedad de los Estados Unidos de América que es propietaria y otorga licencias respecto al canal "Golf Channel" a prestadores del STAR, incluyendo a los que identifican como Sky México, Cablevisión D.F., Megacable, Total Play, Cablevisión Monterrey, Axtel y Gigacable.

Sky México

Sky México, una sociedad en la que DIRECTV detenta indirectamente una participación minoritaria de 41.3% (cuarenta y uno punto tres por ciento), se dedica a la provisión del STAR, con tecnología satelital DTH (del inglés, "Direct to Home"), en México, República Dominicana y algunos países de América Central; y para el año dos mil quince reportó aproximadamente 6 (seis) millones de suscriptores.²⁴

Sky México cuenta con tres subsidiarias: Corporación de Radio y Televisión del Norte de México, S. de R. L. de C.V. (CRTNM); Corporación Novavisión, S. de R.L. de C.V. (Novavisión) y Novabox, S. de R.L. de C.V. (Novabox).

El restante 58.7% (cincuenta y ocho punto siete por ciento) de las acciones representativas del capital social de Sky México es detentado por la empresa Sky DTH, S.A. de C.V., empresa perteneciente al GIETV.

La participación del GIETV en Sky México

El otro socio de Sky México, el GIETV, agrupa a un conjunto de empresas que se dedican, entre otras actividades, a la provisión de:

- Servicios de telecomunicaciones fijas;
- STAR;
- Servicio de televisión radiodifundida digital, comercial (STRD o televisión abierta comercial);
- Servicio de distribución a usuarios finales de Contenidos Audiovisuales a través de internet (distribución OTT -over the top- de contenidos audiovisuales por suscripción);
- Canales de programación y paquetes de canales a proveedores del STAR y su licenciamiento;
- Licencias para distribuir largometrajes, y
- Distribución mayorista de contenidos audiovisuales para el entretenimiento en el hogar en formatos físicos y digitales.

²⁴ Informe anual 2015 de Grupo Televisa entregado a la Bolsa Mexicana de Valores. Disponible en: https://www.bmv.com.mx/docs/pub/infoanua/infoanua_666579_2015_1.pdf.

En la Resolución por la que el Instituto determinó al Agente Económico Preponderante en el sector de radiodifusión (AEPR), se estableció que el GIETV conformado por GTV, 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., entre otras sociedades, forman parte del AEPR, por lo que están sujetos a las medidas de regulación impuestas a dicho agente por parte del Instituto.²⁵

5.3. Negocio de Time Warner en México

En México, Time Warner realiza actividades económicas a través de las divisiones Turner, HBO LAG y Warner Bros.²⁶

En los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, a través de Turner, HBO LAG y Warner Bros, las subsidiarias de Time Warner participan en:

- i) La provisión y licenciamiento de:
 - a. Canales de programación y paquetes de canales a proveedores del STAR comercial;
 - b. Programas a proveedores del STRD comercial;
 - c. Programas a distribuidores OTT de contenidos audiovisuales, por suscripción, y
 - d. Programas a programadores de canales.
- ii) La distribución OTT de contenidos audiovisuales, por suscripción (Sitio web: *DramaFever*).

²⁵ Ver 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., Telemagen del Noroeste, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., Televisión de Puebla, S.A. de C.V., Televisora de Mexicali, S.A. de C.V., Televisora de Navojoa, S.A., Televisora de Occidente, S.A. de C.V., Televisora Peninsular, S.A. de C.V., Mario Enríquez Mayans Concha, Televisión La Paz, S.A., Televisión de la Frontera, S.A., Pedro Luis Fitzmaurice Meneses, Telemisión, S.A. de C.V., Comunicación del Sureste, S.A. de C.V., José de Jesús Partida Villanueva, Hilda Graciela Rivera Flores, Roberto Casimiro González Treviño, TV Diez Durango, 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 radiodifusión y le impone las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia." (Resolución de Preponderancia en Radiodifusión). Disponible en: http://www.ift.org.mx/sites/default/files/p_ift_ext_060314_77.pdf.

²⁶ Según se disponen en las resoluciones P/IFT/EXT/060314/76 y P/IFT/EXT/060314/77, son contenidos audiovisuales las obras de audio y video asociados producidos para su transmisión por estaciones de televisión radiodifundida, redes de telecomunicaciones y medios de comunicación, en general. Los contenidos audiovisuales pueden constituirse por 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. Versiones públicas disponibles en: <http://www.ift.org.mx/politica-regulatoria/preponderancia>.

En otros sectores de la economía en México, Time Warner se dedica: al otorgamiento de licencias de largometrajes para su distribución a través de salas de cine y otras exhibiciones; la distribución de contenidos cinematográficos y de televisión en medios físicos y digitales; el licenciamiento de derechos de propiedad intelectual de Time Warner para productos de consumo, y la distribución de historietas DC Comics y sus coleccionables que incluyen propiedad intelectual de Time Warner.

A continuación, se abunda sobre los negocios de Time Warner en México.

Turner

A través de su afiliada Turner Broadcasting System Latin America, Inc. (TBSLA), Turner otorga licencias a concesionarios de STAR para los siguientes canales básicos disponibles en México: Boomerang, Cartoon Network, CNN en Español, CNN Internacional, Glitz, Headline News, HTV, iSat, MuchMusic, Space, TBS Very Funny, TCM, TNT, TNT Series, Tooncast y TruTV; junto con sus respectivos sitios web y otros contenidos digitales asociados (Canales TBSLA). TBSLA no tiene activos en México.

Algunos contenidos audiovisuales de los canales licenciados por Turner también se encuentran disponibles como un servicio complementario en la modalidad de acceso a programas a través de Internet (de modo análogo a HBO Go). A partir de información pública de Turner se identifica que éstos se conocen con los nombres comerciales Cartoon Network Go²⁷, TNT GO²⁸ y Space Go²⁹.

En México, TBSLA también otorga licencias relacionadas con propiedad intelectual para la producción y comercialización de mercancías y otros productos con base en personajes propiedad de Time Warner (ej. Ben 10 y Las Chicas Superpoderosas).

HBO LAG

A través de HBO LAG, en México, Time Warner participa en la provisión y licenciamiento de canales de programación y servicios de programación a distribuidores minoristas, que incluyen a prestadores del STAR, otras empresas de telecomunicaciones y otros distribuidores de servicios de programación de contenidos audiovisuales.

Las Partes señalan que esas actividades se agrupan en dos rubros:

- Servicios de contenidos propios, y

²⁷ Ver sitio web: <http://www.cngo.tv/>

²⁸ Ver sitio web: <http://www.tntgo.tv/>

²⁹ Ver sitio web: <http://www.spacego.tv/>

- Distribución de canales de terceros.

Servicios de contenidos propios

Corresponde a la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales para proveedores del STAR, que puede incluir el servicio aparejado de acceso a contenidos audiovisuales por Internet (TV Everywhere o TVE).

HBO LAG distribuye y otorga licencias respecto a los canales premium que se denominan comercialmente: HBO, HBO2, HBO Family, HBO Signature, HBO Plus, HBO Plus Pan-Regional, MAX, MAX UP, MAX Prime y MAX Prime Pan-Regional (Canales HBO Premium), y para el canal básico, CINEMAX.

Asimismo, ofrece los servicios de acceso a contenidos audiovisuales por Internet HBO GO y CINEMAX GO, disponibles para los consumidores a través de los operadores minoristas por medio de dispositivos aprobados que cuentan con una conexión a Internet (ej. televisores inteligentes, reproductores portátiles de medios, computadoras, consolas de videojuegos, celulares con acceso a internet y otros dispositivos móviles).

Actualmente, HBO LAG otorga licencias para estos servicios a proveedores de STAR en México de dos maneras:

- Oferta HBO GO y CINEMAX GO como servicios complementarios al licenciamiento de los canales HBO Premium o del canal CINEMAX. De este modo, los suscriptores de un proveedor de STAR que cuente con dicho servicio y que tengan suscripción a los Canales HBO Premium o CINEMAX, respectivamente, pueden recibir de parte de su proveedor de STAR un usuario y una contraseña que les permite acceder al contenido de los canales referidos a través de Internet.

También otorga licencias mayoristas para un producto de programación por Internet estándar, denominado HBO on Demand, el cual, de modo similar a HBO GO y CINEMAX GO, se ofrece a proveedores de STAR tradicionales como servicio emparejado complementario de los Canales HBO Premium.

- Otorga una licencia independiente de HBO GO a Dish que permite a los consumidores finales usar HBO GO sin tener que contar con una suscripción al STAR³⁰. De acuerdo con las Partes, esta modalidad se ofrece a cambio de una participación del [REDACTED] en los ingresos que genera Dish por ese servicio.

³⁰ De acuerdo con las Partes, actualmente [REDACTED] entre HBO LAG y Dish, quien autentifica y comercializa el servicio a consumidores minoristas. Las Partes señalan que HBO LAG y Dish no operan con base en acuerdos de exclusividad.

Las Partes señalan que los servicios descritos se encuentran disponibles para todos los concesionarios de STAR en términos no discriminatorios y bajo condiciones comerciales estándar.

Distribución de canales de terceros

HBO LAG también es un distribuidor mayorista de los canales básicos que se denominan comercialmente History Channel, H2, A&E, AXN, Sony Entertainment Television, E! Entertainment Television, Studio Universal, Syfy, Universal Channel, Lifetime y Warner Channel (Canales Básicos HBO LAG). Esta distribución mayorista incluye el territorio nacional.

Time Warner señala que HBO LAG ofrece el servicio de provisión y licenciamiento de canales básicos de terceros para STAR en México, a cambio de un cargo por servicio pagado por los propietarios de cada canal básico en EUA.

HBO Enterprises

Es una unidad de negocios que otorga licencias internacionales de programas originales de HBO a prestadores de servicios de televisión, programadores y otras plataformas, incluyendo prestadores de STAR.

Warner Bros

A través de Warner Bros. International Television Distribution Inc. (WBITDI) otorga licencias de programas de Warner Bros., incluyendo largometrajes, programas animados y contenidos para televisión a radiodifusores en México, así como a proveedores de STAR, servicios "Over the Top" (OTT) de video y programadores de canales.

Desde dos mil dieciséis, Warner Bros. es propietario y opera el servicio OTT de video, con sede en EUA denominado DramaFever, al que se accede a través de la página de Internet o aplicación móvil de DramaFever mediante dispositivos con acceso a Internet. Este servicio actualmente está disponible en Norteamérica (incluyendo México), Centroamérica, Sudamérica y Oceanía. En México, DramaFever ofrece un servicio de suscripción de contenidos dramáticos coreanos y chinos con subtítulos en inglés y español. Fue lanzado oficialmente en México en dos mil catorce y cuenta con una presencia de [REDACTED] suscripciones pagadas.

Adicionalmente, Warner Bros. participa en las siguientes actividades:

- i) Otorgamiento de licencias relacionadas con largometrajes para su distribución a través de salas de cine y otras exhibiciones, a través de Warner Bros. Pictures International, una división de Warner Bros. Distributing Inc. (WBDI).

Las licencias se otorgan de dos formas, a través de dos licenciarios, uno para la distribución de nuevos lanzamientos y otro para la distribución de largometrajes por catálogo. A través de otro licenciario en México, otorga licencias para exhibiciones públicas fuera de las salas cinematográficas, incluyendo escuelas, bibliotecas, restaurantes, entre otros;

- ii) Distribución mayorista de contenidos cinematográficos y de televisión y videojuegos en medios físicos (i.e. DVD, Blu-ray y discos de videojuegos) y digitales.

Las licencias para distribuir contenidos cinematográficos, de televisión y videojuegos en medios físicos las otorga a través de Warner Home Video México, S.A. de C.V. A su vez, WB Games Inc. y Warner Bros. Home Entertainment Inc. otorgan licencias para la distribución digital de videojuegos a diversos licenciarios en México;

- iii) Licenciamiento de derechos de propiedad intelectual de Time Warner para productos de consumo.

El agente denominado [REDACTED] solicita ofertas a potenciales licenciarios para presentarlas a Warner Bros. Consumer Products Inc. (WBCPI), quien determina si desea o no celebrar los contratos de licencia correspondientes;

- iv) Distribución de historietas DC Comics y sus coleccionables que incluyen propiedad intelectual de Time Warner a través de distribuidores.

DC Comics comercializa sus publicaciones en inglés (impresas y digitales) y sus coleccionables (ej. figuras de acción y de resina) en México a través de agentes distribuidores; y concede licencias a un publicista mexicano para publicar y comercializar versiones impresas en español de las publicaciones de DC Comics en México y Centroamérica, y

- v) Producción de largometrajes en México.

Warner Bros. Entertainment Inc. (WBEI) es propietaria de [REDACTED] de las acciones de Coyoacán Films, S.A. de C.V. (Coyoacán Films), la cual produjo 3 (tres) largometrajes en español en México entre los años dos mil y dos mil seis.

Coyoacán Films no ha llevado a cabo ninguna otra actividad con posterioridad.

Las Partes indican que Warner Bros. [REDACTED]

5.4. Contenidos Audiovisuales

Time Warner es un proveedor importante de Contenidos Audiovisuales. Al respecto, en precedentes decisorios, el Instituto ha determinado que los Contenidos Audiovisuales son:

"(...) 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".³¹

Para efectos de este análisis, se emplea el término Contenidos Audiovisuales para hacer referencia genérica a los programas, los canales programados y paquetes de esos canales cuyo uso está sujeto al otorgamiento de licencias o autorización expresa del titular de los derechos.³²

Las empresas que producen Contenidos Audiovisuales tienen los derechos para determinar cómo, cuándo, dónde y a quién(es) permitirán transmitirlos para maximizar sus utilidades; pueden optar entre explotar tales derechos por sí mismos o a través de terceros licenciatarios o sub-licenciatarios de estos derechos.

Los titulares de los derechos de los programas otorgan licencias para distintos y subsecuentes medios de proyección al usuario final, los cuales se denominan "ventanas".

En términos generales, los medios de proyección al usuario final son los siguientes:

- i) Salas de cine,
- ii) Servicios de pago por evento ("PPV") a través de la plataforma de STAR,
- iii) Canales *Premium* en plataformas del STAR,
- iv) Distribución OTT de contenidos audiovisuales, por suscripción
- v) Distribución en DVD,
- vi) Canales básicos en plataformas del STAR,
- vii) Video bajo demanda ("VOD") en plataformas del STAR,

³¹ Ver las "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". Disponibles en: http://www.ift.org.mx/sites/default/files/anexo_1_medidas_2014-2017_aep_radiodifusion.pdf

³² Así, por ejemplo, en este término de referencia no quedan incluidos los audiovisuales que se comparten en las plataformas como YouTube o similares cuyo acceso no está sujeto a condiciones de licenciamiento y tampoco la plataforma tiene control editorial de lo que presentan quienes generan esos audiovisuales.

- viii) VOD a través de servicios de distribución OTT, y
- ix) Canales del STRD comercial.

En el caso de películas, por ejemplo, tradicionalmente se otorgan las licencias en el siguiente orden, primero para ser presentadas en cines; después para su distribución en formatos físicos (DVD); posteriormente, a proveedores de video bajo demanda y pago por evento; luego, a programadores de canales premium del STAR (e.g. HBO), después a programadores de canales básicos del STAR; y, finalmente, para su programación en televisión abierta comercial.

Los Contenidos Audiovisuales llegan a los usuarios finales a través de distribuidores minoristas que participan en cada ventana y adquieren los derechos para transmisión.

Usualmente, los distribuidores de programas de video ofrecen diferentes paquetes de contenido (i.e. básico, básico expandido, digital) con diferentes niveles de calidad (i.e. definición estándar, alta definición, 3D) y bajo diferentes modelos de negocio (i.e. suscripción, financiado).

Los distribuidores minoristas que se identifican en las actividades involucradas en la Operación pueden clasificarse en tres grupos:

- A. Proveedores de STAR. Incluye a los proveedores que prestan sus servicios de cable tradicional, DTH, IPTV y microondas.
- B. Distribuidores OTT de contenidos audiovisuales. Los distribuidores OTT son relativamente nuevos en la distribución minorista de contenidos audiovisuales. Ellos proporcionan una gran variedad de programación en video de larga duración y profesional a través de internet, el cual es recibido por los usuarios a través de diversos dispositivos (computadoras personales, laptops, televisores, celulares, tabletas, etc.) o descargado para su posterior visualización. Netflix, Blim y Clarovideo son ejemplo de esta categoría.³³
- C. Proveedores del STRD o de televisión abierta comercial. Incluye a agentes económicos como Televisa, Televisión Azteca e Imagen, quienes transmiten canales de programación a audiencias sin el pago de una contraprestación, pero que reciben ingresos por la transmisión de publicidad.

Conforme a la información presentada por las Partes, las actividades económicas con coincidencias entre AT&T y Time Warner, en México, pertenecen a la cadena de valor de los Contenidos Audiovisuales que se distribuyen a través del STAR y en la modalidad OTT.

³³ Algunos prestadores de STAR ofrecen servicios de distribución OTT que no requieren suscripción a STAR, tal es el caso del servicio Dish OTT entregado por Dish (el servicio HBO Go independiente).

Distribución de Contenidos Audiovisuales a través del STAR

Conforme al artículo 3, fracción LXIV, de la LFTR, el STAR se define como el "servicio de telecomunicaciones (...) de audio y video asociados que se presta a suscriptores, a través de redes públicas de telecomunicaciones, mediante contrato y el pago periódico de una cantidad preestablecida".

Las señales del STAR son distribuidas por titulares de concesiones a través de redes propias de cable coaxial, par trenzado de cobre, fibra óptica, o bien vía satélite y, en menor medida, a través del espectro radioeléctrico³⁴. Sobre estos medios de transmisión se entregan los servicios conocidos como STAR por Cable, STAR vía satélite DTH (del inglés "Direct to Home"), STAR IPTV (del inglés, "Internet Protocol Television") y STAR MMDS (del inglés *Microwave Multipoint Distribution Service*). A continuación, se detallan estos servicios.³⁵

La cadena de valor asociada a la entrega de Contenidos Audiovisuales a través del STAR se puede integrar por cuatro grandes eslabones:

- i) Producción de programas individuales,
- ii) Agregación de programas en canales de programación (Programadores),
- iii) Provisión y licenciamiento de canales de programación, paquetes de canales y programas, y
- iv) Provisión de servicios del STAR al usuario final.

El primer eslabón, en general, está a cargo de productores que contratan actores, escritores, escenógrafos, etcétera, para la creación de programas individuales. Los creadores de dichos contenidos son los que poseen los derechos de propiedad originales sobre los mismos, ellos son quienes pueden autorizar su transmisión a través de distintas plataformas o medios audiovisuales, tales como cine, televisión radiodifundida, televisión restringida, *streaming* en línea, DVD, entre otros. Cabe mencionar que esos contenidos son ampliamente heterogéneos, ya que pueden ir desde eventos de una sola ocasión, como partidos de fútbol hasta programas diarios, películas, concursos, noticias, *reality shows*, etc. En este eslabón, tradicionalmente, participan productores independientes o integrados a distribuidores de esos contenidos (ej. a sistemas de STAR, de televisión radiodifundida, OTTs u otros).

En el segundo eslabón, intervienen los programadores, quienes organizan diversos programas, de producción propia o comprados a terceros, para su agregación y

³⁴ A través de microondas con la tecnología **Multichannel Multipoint Distribution Service** (MMDS por sus siglas en inglés), la cual reporta bajos niveles de uso en el territorio nacional.

³⁵ Ver como referencia (OECD, 2013), *Competition Issues in Television and Broadcasting*, disponible en: <http://www.oecd.org/daf/competition/TV-and-broadcasting2013.pdf>, páginas 14-15.

presentación en una secuencia lineal. En esta actividad se asocian los Contenidos Audiovisuales con las audiencias que se pretendan atraer. A nivel mundial, por lo general, existe una fuerte integración vertical entre la creación de programas individuales y su programación.

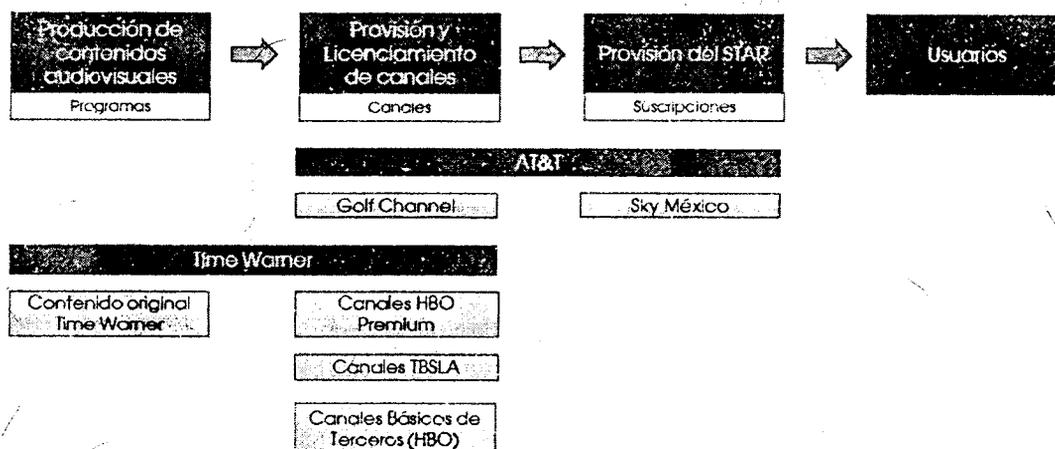
Como parte del tercer eslabón de distribución, los prestadores del STAR adquieren licencias de canales o paquetes de canales con los titulares de sus derechos. En esta fase, la distribución mayorista de contenidos se realiza generalmente vía satélite, lo que facilita que la distribución sea de índole nacional o multinacional. En ocasiones, las licencias adquiridas por los proveedores del STAR permiten además, a sus suscriptores, acceder a los contenidos de los canales licenciados a través de Internet mediante un proceso de autenticación, que requiere que los suscriptores identifiquen a su proveedor de STAR y que proporcionen un usuario y contraseña asignados por este último (e.g. HBO GO), ello brinda al suscriptor, ubicuidad en el acceso a los contenidos audiovisuales contratados.

El cuarto eslabón se refiere a la provisión y comercialización a los usuarios finales de conjuntos de canales a través de los distintos medios de transmisión del STAR. Independientemente de si la tecnología de transmisión es cable coaxial, fibra óptica, DTH o MMDS.

La comercialización del STAR se realiza por medio de ofertas de paquetes de canales a cambio de una renta periódica que, en ocasiones, se compone de una parte fija (la cual se establece en el contrato, y depende del paquete de señales contratado) y otra variable, por ejemplo, por contratación de pago por evento (PPV o Pay per View por sus siglas en inglés).

Las coincidencias de AT&T y Time Warner en la cadena de valor de la entrega de contenidos audiovisuales mediante este medio se ilustran en la Figura 2.

Figura 2. Contenidos audiovisuales entregados mediante el STAR



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por las Partes.

Entrega de Contenidos Audiovisuales en la modalidad OTT

En esta Resolución, por servicio OTT nos referimos al que permite al usuario acceder a contenido audiovisual a través de Internet.³⁶ El Contenido Audiovisual se compone, por lo general, de videos, películas y, en su caso, canales de televisión.

Los servicios OTT se prestan a través de Internet y no se consideran un STAR, de acuerdo con el artículo 3, fracción LXIV, de la LFTR, que señala que ese servicio consiste en el "servicio de telecomunicaciones de audio o de audio y video asociados que se presta a suscriptores, a través de redes públicas de telecomunicaciones, mediante contrato y el pago periódico de una cantidad preestablecida." (Énfasis añadido)³⁷

Los servicios de distribución OTT de Contenidos Audiovisuales se pueden dividir en dos categorías:

- 1) Servicios prestados por distribuidores de video online (OVD por sus siglas en inglés), y
- 2) Servicios OTT denominados "multipantalla" o TVE.

Las características de ambas categorías se presentan a continuación.

Servicio prestado por OVD

Para efectos de esta Resolución, se considera que un OVD es una entidad que al prestar el servicio de distribución de contenidos audiovisuales muestra, entre otras, las siguientes características relevantes:

- a) La distribución del contenido audiovisual a los usuarios de su servicio se efectúa a través de Internet;³⁸ no de una red propia gestionada.

³⁶ El término OTT, en principio, considera cualquier implementación que utilice Internet para dar algún servicio, por ejemplo mensajería instantánea. Para el presente documento, se limitará OTT a cualquier implementación para distribuir Contenido Audiovisual a través de Internet.

³⁷ Ver: "Acuerdo mediante el cual el pleno del Instituto emite respuesta a la solicitud de confirmación de criterio presentada por Alive Telecomunicaciones, S.A. de C.V., en el sentido de que el "servicio de televisión restringida por internet, es un servicio público de telecomunicaciones, en términos del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Ley Federal de Telecomunicaciones y en consecuencia estaría sujeto a las disposiciones aplicables en materia de retransmisión, obligaciones de información, inscripción de contratos de adhesión y registro de tarifas al público, entre otras"; disponible en:

<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdooliga/pift010715164.pdf>; y

"Acuerdo mediante el cual el pleno del Instituto emite respuesta a la solicitud de confirmación de criterio presentada por Maxcom Telecomunicaciones, S.A.B. de C.V., y Maxcom TV, S.A. de C.V."; disponible en:

<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdooliga/pift010715165.pdf>

³⁸ En el artículo 3, fracción XXXII, de la LFTR se define Internet como:

"(El) conjunto descentralizado de redes de telecomunicaciones en todo el mundo, interconectadas entre sí, que proporciona diversos servicios de comunicación y que utiliza protocolos y direccionamiento coordinados internacionalmente para el enrutamiento y procesamiento de los paquetes de datos de cada uno de los servicios. Estos protocolos y direccionamiento garantizan que las redes físicas que en conjunto componen Internet funcionen como una red lógica única."

- b) Ese servicio no forma parte de una suscripción a un STAR u otro servicio de distribución de contenidos de video, y
- c) La distribución no es exclusiva para clientes de un determinado proveedor de servicio de acceso a Internet que es propiedad u operado por el OVD o sus afiliadas.

El servicio OVD se oferta primordialmente con base en los siguientes modelos de negocio:

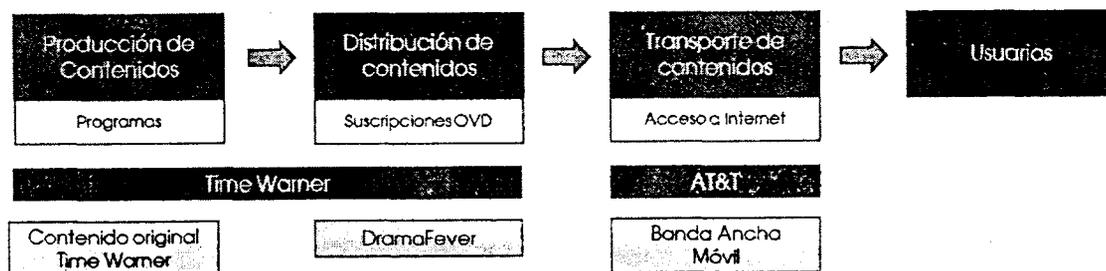
- Suscripción: se le permite a los consumidores acceder a una amplia variedad de contenido programático por una cuota anual o mensual.
- Venta electrónica (EST, por sus siglas en inglés): el OVD vende al consumidor una copia digital de un contenido específico a cambio de un solo pago, de modo que ésta puede ser descargada y almacenada en un dispositivo físico o vía remota, para posteriormente ser vista por el consumidor las veces que lo desee.
- Renta: el OVD cobra al consumidor una cuota para que éste pueda acceder al contenido durante un periodo limitado.
- Sostenido por publicidad: en este modelo los OVDs no le cobran directamente a los consumidores, sino que incluyen publicidad dentro de los contenidos ofrecidos.

Los OVD que se analizan en esta Resolución son los que ofrecen sus servicios con una suscripción. A estos se les denomina distribuidores OTT de contenidos audiovisuales por suscripción.

La gestión de los proveedores de servicios de Internet y la fijación de precios de los servicios de banda ancha pueden afectar a los distribuidores de programación de video en línea. En particular, los distribuidores de programación de video OTT podrían verse perjudicados competitivamente si los proveedores de servicios de Internet (ISP, por la sigla en inglés de Internet Service Provider) retrasaran o afectaran de la entrega del video que transita por sus redes.

A partir de la información presentada por las Partes, la Figura 3 ilustra la participación del Grupo AT&T y Time Warner en la cadena de valor de la entrega de contenidos audiovisuales en la modalidad OTT.

Figura 3. Cadena de valor de contenido entregado por OVD



Fuente: Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por las Partes.

Servicios TVE

Los derechos para prestar servicios TVE son adquiridos por los proveedores de STAR como complemento o característica de las licencias sobre canales de programación que adquieren.

Los servicios de TVE son prestados por los proveedores de STAR que buscan ampliar la disponibilidad de algunos de sus contenidos a sus suscriptores a través de Internet, guardando similitudes con los servicios OVD.

Los usuarios de un STAR que proporciona los servicios TVE acceden a los contenidos a través de Internet mediante un proceso de autenticación, que requiere que los suscriptores identifiquen a su proveedor de STAR y que proporcionen un usuario y contraseña asignados por este último.

5.5. Coincidencias en los negocios de las Partes

En México, AT&T, Time Warner, Sky México y el GIETV participan directa e indirectamente en la provisión de los servicios que se indican en el Cuadro 4.

Cuadro 4. Servicios que prestan AT&T, Time Warner, Sky México y el GIETV

	AT&T	Time Warner	Sky México	GIETV
Provisión de servicios de telecomunicaciones móviles (telefonía, mensajes e internet de banda ancha), incluyendo de acceso a capacidad de banda ancha.	Sí	-	-	-
Provisión de VPNs a empresas multinacionales	Sí	-	-	-
STAR	-	-	Sí	Sí
Provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores del STAR	Sí	Sí	-	Sí

Provisión y licenciamiento de programas (películas) a proveedores del STAR, para el servicio de PPV. ^a	-	Si	-	- ^b
Provisión y licenciamiento de programas (películas) a proveedores del STAR, para el servicio de video bajo demanda (VOD del inglés <i>Video on Demand</i>). ^a		Si		Si
Provisión y licenciamiento de programas a proveedores del servicio de distribución OTT de contenidos audiovisuales por suscripción.	-	Si	-	- ^b
Provisión y licenciamiento de programas a proveedores del STRD comercial	-	Si	-	- ^b
Provisión y licenciamiento de programas a programadores (agregadores) de canales	-	Si	-	Si
Provisión del servicio de distribución OTT de contenidos audiovisuales, por suscripción (Time Warner: <i>DramaFever</i> ; GIETV: <i>Slim</i>)	-	Si	-	Si
Otorgamiento de licencias para distribuir largometrajes a través de salas de cine y otras exhibiciones	-	Si	-	Si
Distribución mayorista de contenidos audiovisuales para el entretenimiento en el hogar en formatos físicos y digitales	-	Si	-	Si
Servicios de telecomunicaciones fijas y otros	-	-	-	Si
Fuente: Elaboración propia con información que obra en el Expediente.				
a. Time Warner, también provee y licencia programas a proveedores del STAR, para el servicio de video bajo demanda (VOD del inglés <i>Video on Demand</i>) sobre plataformas STAR; sin embargo, Sky México no ofrece este servicio.				
b. En la provisión y licenciamiento de programas a: proveedores del servicio de distribución OTT de contenidos audiovisuales, por suscripción, y a proveedores del STRD comercial, el GIETV se auto-provee de Contenidos Audiovisuales. No se identifica que venda contenido a terceros.				

Considerando los elementos hasta ahora presentados, se identifica que, en caso de llevarse a cabo la Operación entre AT&T, un agente que en el territorio nacional mantiene una inversión conjunta con el GIETV en Sky México, y Time Warner, los efectos en materia de competencia económica de la misma podrían estar generados por:

1. **Coincidencia de AT&T y Time Warner como competidores (efectos horizontales).** AT&T y Time Warner coinciden como competidores en la provisión y licenciamiento de canales de programación a proveedores de STAR (AT&T provee y licencia el canal *Golf Channel*). Lo anterior, toda vez que la Operación implicaría la desaparición de un competidor y un aumento en la participación de otro.
2. **La participación de AT&T en Sky México (efectos verticales).** Estos efectos son consecuencia de la participación accionaria del 41.3% (cuarenta y uno punto tres por ciento) que AT&T tiene en Sky México y de que AT&T, Sky México y Time Warner están involucrados en distintos eslabones de la cadena de valor de los Contenidos Audiovisuales. Toda vez que la adquisición de un proveedor importante de canales de programación, Time Warner, la evaluación en esta Resolución es sobre la capacidad y los incentivos que este último tiene a hacer disponible su oferta en términos no discriminatorios a otros proveedores de STAR en México. Asimismo, sobre la capacidad e incentivos de Sky México a negarse a adquirir canales de proveedores diferentes a Time Warner y el GIETV.
3. **Coincidencia de AT&T y el GIETV como competidores después de que la Operación sea realizada (efectos coordinados).** Estos efectos resultan del vínculo estructural que AT&T y el GIETV tienen en Sky y de que, después de la Operación, AT&T/Time Warner y el GIETV serían competidores en diversos mercados de Contenidos Audiovisuales, en los cuales podrían coordinar sus acciones usando como vehículo a Sky México.

El análisis de los riesgos que conlleva la realización de la Operación se lleva a cabo conforme a lo establecido en los artículos 58, 59, 63 y 64 de la LFCE. Este análisis requiere identificar los efectos que derivan directamente de la Operación en los mercados relevantes y/o relacionados, respecto del agente económico resultante y relacionados.

A continuación se detallan los riesgos potenciales producto de las coincidencias, como competidores y proveedores/demandantes de los agentes económicos involucrados en la Operación, el AE Relacionado y el socio de AT&T en el AE Relacionado (GIETV).

5.5.1. **Coincidencia de AT&T y Time Warner como competidores.**

Con base en la información que obra en el Expediente, se identifica que AT&T participa en la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores del STAR únicamente a través del canal *Golf Channel*.

Por su parte, Time Warner participa en la provisión de los servicios referidos a través de sus divisiones operativas Turner y HBO. Los canales provistos y licenciados por Time Warner son: los Canales TBSLA, Canales Premium HBO, Cinemax y Canales Básicos HBO LAG.

De acuerdo con el análisis de la Operación, se identifica que previsiblemente la Operación no generaría riesgos por la coincidencia actual de AT&T y Time Warner en la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales de programación a proveedores de STAR. Lo anterior, debido a que *Golf Channel* tiene:

- a) una participación marginal, menor al [REDACTED] en la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR en México, y
- b) una audiencia específica (de nicho), que en la categoría de deportes se enfoca a la transmisión de partidos y programas relacionados con el deporte *golf*.

Por lo anterior, no se lleva a cabo un análisis exhaustivo de los efectos horizontales de la Operación.

5.5.2. Participación de AT&T en Sky México

En esta situación, los riesgos asociados a la Operación se evalúan considerando que el agente económico que resultaría después de la misma, esto es, el grupo AT&T, quien adquiriría el control unilateral total de Time Warner, cuenta con una participación del 41.3% (cuarenta y uno punto tres por ciento) en Sky México. Lo anterior, podría generar efectos anticompetitivos si modifican la capacidad y los incentivos de AT&T/Time Warner para proveer canales de programación a compañías rivales a Sky México, o los incentivos de este último respecto a negociaciones con otros proveedores de canales de programación distintos a Time Warner (y el GIETV).

Riesgos similares a los referidos en el párrafo anterior podrían presentarse en otros mercados de suministro de insumos (*upstream*) o de producto/servicio (*downstream*) en los que actualmente coinciden AT&T y Time Warner.

La participación indirecta de AT&T en el capital social de Sky México, así como en sociedades mexicanas que ofrecen servicios de telecomunicaciones móviles, implica que a raíz de la Operación se generarían coincidencias verticales entre AT&T/Time Warner y Sky México, así como entre AT&T y Time Warner en los mercados en México que se listan en el Cuadro 5.

Cuadro 5. Mercados donde existen coincidencias verticales entre AT&T/Time Warner y Sky México.

Provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales a proveedores del STAR (Time Warner).	Provisión del STAR (Sky México)
Provisión y licenciamiento de programas a proveedores de STAR, para el servicio PPV -películas- (Time Warner).*	Provisión del STAR (Sky México)
Acceso a capacidad de banda ancha móvil (AT&T).**	Distribución de programas a través de dispositivos móviles -potencial- (AT&T/Time Warner)
<p>* Time Warner no provee ni licencia programas a Sky México, para el servicio VOD.</p> <p>** Permite a distribuidores (minoristas) de programas ofrecerlos a usuarios a través de dispositivos móviles, con una capacidad de transmisión de datos suficiente que permita a los usuarios la visualización adecuada de los programas.</p>	

Con base en la información que obra en el Expediente, se identifica que, en territorio nacional, AT&T y Time Warner participan en la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores del STAR; Time Warner también provee y licencia programas para el servicio PPV a proveedores STAR. Por su parte, AT&T tiene una participación minoritaria, pero que le da una influencia significativa, en Sky México, quien participa en la provisión del STAR.

Por otra parte, AT&T ofrece el servicio de acceso a capacidad de banda ancha móvil; que puede permitir la distribución de programas a través de dispositivos móviles, servicio en el que, potencialmente, podrá participar Time Warner.

Al respecto, se identifica que con relación a las coincidencias verticales en: i) la provisión y licenciamiento de programas a proveedores de STAR para el servicios PPV/provisión del STAR, así como ii) el acceso a capacidad de banda ancha móvil/servicio de distribución de programas a través de dispositivos móviles, previsiblemente la Operación no generaría riesgos a la competencia económica y a la libre concurrencia. Lo anterior debido a que:

- a) La provisión y licenciamiento de programas a proveedores de STAR para el servicio PPV (películas) es una actividad que decrece, en la cual Time Warner [REDACTED] en territorio nacional.³⁹

Por esas razones, no se prevé que en México AT&T/Time Warner tenga la capacidad unilateral e incentivos de negar o elevar el costo en la provisión y licenciamiento de programas para los servicios PPV (películas) y VOD a competidores de Sky México en el STAR, y

- b) En el servicio de acceso a capacidad de banda ancha móvil, se toma como referencia la participación de mercado que AT&T tiene en la provisión de acceso a internet de banda ancha móvil. En ese servicio, AT&T tiene una participación de mercado, en términos de usuarios de 12.4% (doce punto cuatro por ciento); además, enfrenta la competencia de AMX/Telcel y Telefónica, quienes tienen una participación de 71.8% (setenta y uno punto ocho por ciento) y 14.2% (catorce punto dos por ciento), respectivamente.⁴⁰

Por esos motivos, no se prevé que en México, AT&T tenga la capacidad e incentivos de negar o afectar el acceso al servicio de acceso a capacidad de banda ancha móvil a otros proveedores del servicio de distribución de programas a través de dispositivos móviles.

Por lo anterior, un análisis exhaustivo de los efectos de la Operación en mercados en los que actualmente coinciden Time Warner y AT&T como proveedor/demandante sólo se dirige a la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR con relación a la provisión del STAR. Como se observará, estos efectos también se pueden ver incrementados por efectos de coordinación por lo que se evaluarán conjuntamente con estos últimos.

5.5.3. Coincidencia de AT&T y el GIETV como competidores después de que la Operación sea realizada

El vínculo estructural que el Grupo AT&T y el GIETV tienen en Sky México y el hecho de que esos grupos son competidores en diversos mercados de Contenidos Audiovisuales, puede generar riesgos por la posible coordinación de los dos grupos.

³⁹ Al respecto, de acuerdo con la Cuarta Encuesta Trimestral 2015, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones, en noviembre de dos mil quince el 94% (noventa y cuatro por ciento) de los usuarios de STAR no habían contratado un servicio de PPV en los últimos doce meses. Por otra parte, a partir de la información proporcionada por Sky México, se observa que [REDACTED]

⁴⁰ Fuente Cuarto Informe Trimestral Estadístico 2016, disponible en:
<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/estadisticas/informetrimestral4q2016.pdf>

Al respecto, AT&T y el GIETV coincidirían como competidores en diversos mercados, en los cuales se analiza si la Operación, a través del vínculo referido, tiene por objeto o efecto generar **Efectos Coordinados**:

1. Provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores del STAR.⁴¹
2. Provisión y licenciamiento de programas a proveedores del STAR, para servicios PPV (películas), y VOD.
3. Provisión del servicio de distribución OTT de contenidos audiovisuales, por suscripción.
4. Provisión y licenciamiento de programas a programadores de canales del STAR.
5. Venta de espacios de publicidad en Canales Restringidos.
6. Otorgamiento de licencias para distribuir largometrajes a través de salas de cine y otras exhibiciones.
7. Distribución mayorista de contenidos audiovisuales para el entretenimiento en el hogar en formatos físicos y digitales.

Los mercados identificados en los numerales 6 y 7 de esta lista no son analizados en esta Resolución en cumplimiento a la determinación del ámbito competencial del Instituto determinado por el Segundo Tribunal Colegiado Especializado en el conflicto competencial C.C.A. 1/2017, que se refiere en el Considerando Segundo.⁴²

De acuerdo con el análisis de la Operación realizado por este Instituto, en los siguientes mercados no se considera necesario llevar a cabo un análisis exhaustivo por Efectos Coordinados. Lo anterior, debido a que:

- a) En la provisión y licenciamiento de programas a proveedores de STAR para el servicio PPV (películas), Time Warner [REDACTED] en territorio nacional.
- b) En la provisión y licenciamiento de programas a proveedores de STAR para el servicio VOD, Time Warner y el GIETV no tendrían una participación sustancial. Considerando compras de [REDACTED] a Time Warner y a GIETV (Videocine), éstas representan el [REDACTED] y [REDACTED]

⁴¹ El GIETV provee y licencia los Canales Restringidos Telehit, RMS (antes Ritmoson), Bandamax, De Película, TLN (Portugués), Unicable, Golden, Edge, Golden Latinoamérica, TLNovelas, Tiin, Estrellas Latinoamérica, Estrellas Delay-2hrs, Estrellas Delay-1hr, Distrito Comedia, TDN, TD Centro y UTDN. El GIETV otorga licencias para la transmisión de sus programas en Estados Unidos, América Latina, Asia Europa y África.

⁴² En términos de esta decisión judicial, ambos mercados forman parte del ámbito competencial de la Comisión Federal de Competencia Económica.

[REDACTED] de las compras totales de contenido para VOD por parte de [REDACTED]⁴³

Por esas razones, no se prevé que Time Warner y GIETV tengan la capacidad e incentivos a coordinarse o intercambiar información;

- c) En la provisión del servicio de distribución OTT de contenidos audiovisuales por suscripción, la participación de mercado de Time Warner, con *DramaFever*, en México es marginal, menor al 3% (tres por ciento).⁴⁴ La participación del GIETV a través de Blim es de aproximadamente 3% (tres por ciento). Ambos agentes enfrentan la competencia de otros agentes, Netflix y Claro Video, que tienen participaciones sustancialmente mayores a las de las Partes en la provisión de los servicios referidos.

Por esas razones, no se prevé que Time Warner y GIETV tengan la capacidad e incentivos a coordinarse o intercambiar información;

- d) En la provisión y licenciamiento de contenido a programadores de Canales Restringidos, considerando como referencia las compras totales de contenido por parte de Time Warner, se observa que las compras al GIETV representan el [REDACTED] de esas compras totales. Las Partes estiman que Time Warner tiene una participación de [REDACTED] en ese mercado.

Por esas razones, no se prevé que Time Warner y GIETV tengan la capacidad e incentivos a coordinarse o intercambiar información;

- e) En la Venta de espacios de publicidad en Canales Restringidos, Time Warner tiene una participación marginal, de aproximadamente [REDACTED] por lo que no se prevé que Time Warner tenga la capacidad e incentivos a coordinarse o intercambiar información con el GIETV;
- f) En el otorgamiento de licencias para distribuir largometrajes a través de salas de cine y otras exhibiciones, así como en la distribución mayorista de contenidos audiovisuales para el entretenimiento en el hogar en formatos físicos y digitales, los mercados pertenecen al ámbito de competencia de la COFECE, por lo que el Instituto no se pronuncia respecto a los posibles Efectos de Coordinación.

⁴³ De acuerdo con las respuestas de los requerimientos de información a terceros, respecto al servicio referido. [REDACTED]

⁴⁴ Fuente: la Tercera Encuesta 2016 Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conteniciogeneral/usuarios-y-audiencias/tercerencuesta-acc2.pdf>

Al respecto, el dieciséis de marzo de dos mil diecisiete, el Pleno de la COFECE, en sesión ordinaria celebrada el mismo día, resolvió autorizar la Operación dentro de su ámbito competencial.⁴⁵

Time Warner y el GIETV también son demandantes de programas que agregan a los Canales Restringidos que proveen y licencian a proveedores del STAR. Sin embargo, la adquisición de ese contenido se realiza en mercados, en los que adquirentes de contenido de todo el mundo acuden a abastecerse de programas.

No se considera que Time Warner y GIETV, como consecuencia de la Operación, tengan la capacidad e incentivos a coordinarse o intercambiar información para adquirir de manera conjunta contenido en mercados internacionales, por lo siguiente:

- a) Time Warner, a través de HBO y Turner, adquirió entre enero y diciembre de dos mil dieciséis 1,947 (mil novecientos cuarenta y siete) millones de dólares en contenido de terceros a nivel mundial.⁴⁶ Se estima que la oferta de contenido a programadores a nivel mundial durante dos mil dieciséis ascendió a 16,333 (dieciséis mil trescientos treinta y tres) millones de dólares.⁴⁷ Es decir, las compras de Time Warner se ubicarían en 11.92% (once punto noventa y dos por ciento) de la oferta total de contenido a programadores.
- b) En el caso de GIETV, sus ingresos totales representan el [REDACTED] de los ingresos totales de Time Warner, por lo cual sus compras de contenido de terceros serían inferiores a 11.92% (once punto noventa y dos por ciento) de la oferta total de contenido a programadores.⁴⁸

⁴⁵ Versión pública disponible en:

<http://www.cofece.mx:8080/cfcre resoluciones/docs/Concentraciones/V5501/56/3761883.pdf>

⁴⁶ Fuente: Reporte Anual de Time Warner Inc, para el año fiscal finalizado el 31 de diciembre de 2016. Disponible en:

http://ir.timewarner.com/phoenix.zhtml?c=70972&p=irol-sec&secCat01.1_rs=1&secCat01.1_rc=10&control_searchbox=&control_year=2017&control_selectgroup=0

⁴⁷ Las Partes identifican que en México la venta total de contenido a programadores representa 343 millones de dólares. De acuerdo con información del Banco Mundial, la economía de México, con un Producto Interno Bruto de 1.89 billones de dólares, representa el 2.1% (dos punto uno por ciento) del total mundial. Véase: <http://siteresources.worldbank.org/ICPINT/Resources/270056-1183395201801/Summary-of-Results-and-Findings-of-the-2011-International-Comparison-Program.pdf>.

Considerando lo anterior, se tiene que a nivel mundial la oferta de contenido para los programadores equivalió, durante 2016, a 16,333 millones de dólares. Time Warner en su carácter de programador, a través de HBO y Turner, demanda contenidos a nivel mundial que representan un total de [REDACTED] que en términos porcentuales alcanza el [REDACTED] respecto al total de contenido demandado a nivel mundial.

⁴⁸ Al treinta y uno de diciembre de dos mil dieciséis, los ingresos anuales consolidados del GIETV ascendieron a 4,666 millones de dólares, mientras que los de Time Warner a [REDACTED]

Por lo anterior, un análisis exhaustivo de los Efectos Coordinados de la Operación sólo se dirigió a la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR.

Conforme a lo descrito en esta sección, este Instituto lleva a cabo un análisis exhaustivo de los riesgos que podría generar la Operación en a) la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR, con relación a la provisión del STAR, dada la participación de AT&T en Sky México, y b) los Efectos Coordinados de la Operación en la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR.

5.6. Mercados susceptibles a riesgos originados en la Operación

En adelante, el análisis exhaustivo que se realiza en la presente Resolución se enfoca en aquellos mercados para los que no se ha descartado la existencia de riesgos generados por la Operación y que son competencia de este Instituto.

De conformidad con lo establecido en la sección 5.5.3, se procede a analizar los siguientes mercados:

- a) El mercado relevante de la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR a nivel nacional, en las diferentes categorías de Canales Básicos, así como los Canales Premium, y
- b) El mercado relacionado de provisión del STAR a nivel nacional.

A continuación se presenta el análisis de cada uno de los elementos previstos en los artículos 58, 59, 63 y 64 de la LFCE. Primero se definen el mercado relevante y el mercado relacionado. Después, se presenta el análisis de los efectos de la Operación en esos mercados.

SEXTO. MERCADO RELEVANTE Y RELACIONADO

"Artículo 63. Para determinar si la concentración no debe ser autorizada o debe ser sancionada en los términos de esta Ley, se considerarán los siguientes elementos:

El mercado relevante, en los términos prescritos en esta Ley;

(...)"

En correlación con el artículo 63, fracción I, de la LFCE, el artículo 58 de la LFCE, establece los criterios que deberán considerarse para la determinación del (los) mercado(s) relevante(s):

"Artículo 58. Para la determinación del mercado relevante, deberán considerarse los siguientes criterios:

Las posibilidades de sustituir el bien o servicio que se trate por otros, tanto de origen nacional como extranjero, considerando las posibilidades tecnológicas, en qué medida los consumidores cuentan con sustitutos y el tiempo requerido para tal sustitución;

Los costos de distribución del bien mismo; de sus insumos relevantes; de sus complementos y de sustitutos desde otras regiones y del extranjero, teniendo en cuenta fletes, seguros, aranceles y restricciones no arancelarias, las restricciones impuestas por los agentes económicos o por sus asociaciones y el tiempo requerido para abastecer el mercado desde esas regiones;

Los costos y las probabilidades que tienen los usuarios o consumidores para acudir a otros mercados;

Las restricciones normativas de carácter federal, local o internacional que limiten el acceso de usuarios o consumidores a fuentes de abasto alternativas, o el acceso de los proveedores a clientes alternativos.

Las demás que se establezcan en las Disposiciones Regulatorias, así como los criterios técnicos que para tal efecto emita la Comisión."

A continuación se analizan, conforme al artículo 58 de la LFCE, los mercados correspondientes.

6.1. Provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales a proveedores de STAR

Esta actividad se refiere a la provisión de canales o señales programadas y formateadas para ser transmitidas por parte de concesionarios autorizados para prestar el STAR a usuarios finales. Las canales o señales de televisión constituyen insumos para que los concesionarios autorizados puedan prestar servicios a los usuarios finales.

En este mercado interactúan los titulares de los derechos de autor de contenidos audiovisuales dispuestos en canales programados con aquellos agentes económicos interesados en su posterior distribución minorista. Así, sujeto a un conjunto de provisiones negociadas entre las partes, se establecen contratos de licencia mediante los cuales los primeros ceden a los segundos el derecho de distribuir canales de televisión específicos a intermediarios o usuarios finales.

Oferta

Los agentes que proveen y licencian (también identificados como distribuidores mayoristas) Canales Restringidos de televisión tienen dos opciones para integrar programación a esos canales:

- a) Programación producida dentro del mismo GIE (programación propia), y
- b) Programación adquirida de terceros (creadores de contenidos), de los cuales también adquieren licencias sobre esos contenidos.

La programación de la que disponen es dispuesta en canales o paquetes de canales para televisión que posteriormente son licenciados a distribuidores minoristas.

Por lo general, los canales para el STAR se comercializan al mayoreo, por paquete de canales o por canal, con un precio por suscriptor por mes. El precio por suscriptor que paga un proveedor de STAR le permite a este último transmitir las señales o paquete de señales a los usuarios finales de dicho servicio en un horizonte temporal definido.

Demanda

Los proveedores de STAR comercializan paquetes conformados por canales a usuarios finales a cambio de una cuota mensual de acceso. Dichos paquetes son compuestos por los proveedores de manera que contengan una diversidad de contenidos que resulte atractiva para los suscriptores.

Los Contenidos Audiovisuales representan la base para un resultado exitoso en el desempeño de los agentes económicos que compiten en los mercados del STAR. El modelo de negocio sustentado en el pago por suscripción, implica que las empresas, para captar una mayor demanda por su servicio, deben de disponer de un conjunto amplio de contenidos.

Los canales de televisión son bienes diferenciados, pues cada canal contiene un conjunto específico de contenidos (programas), con una distribución particular en el tiempo. El perfil de la programación de cada concesionario está determinado por los contenidos audiovisuales de los canales que transmite. Así, la programación se diseña para atraer las preferencias de los suscriptores o consumidores. Desde esta perspectiva, la demanda de contenidos, y por lo tanto de canales, está relacionada con la demanda de los suscriptores.

Como las preferencias de los usuarios finales son heterogéneas, los proveedores de STAR deben de tener acceso a canales con contenidos con temas diversos y horarios específicos para satisfacer las distintas preferencias de los consumidores finales. Estas preferencias suelen variar en el tiempo para un mismo usuario, por lo cual se tiene una gama diversa de preferencias para el universo de usuarios finales.

6.1.1 Dimensión producto

A continuación se realiza el análisis de sustitución respecto de la provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales a proveedores de STAR, conforme a lo establecido en la fracción I del artículo 58 de la LFCE:

Canales Básicos

Los Canales Básicos son aquellos que conforman las ofertas elementales de los proveedores de STAR, es decir, respecto a la oferta de un proveedor de STAR particular, los Canales Básicos son aquellos disponibles para todos sus suscriptores. Los proveedores de Canales Básicos cuentan como fuente principal de ingresos, el licenciamiento de sus señales para ser incluidas en el STAR. De forma menos importante, obtienen ingresos por la inserción de espacios publicitarios

Como se ha precisado, para los proveedores del STAR, demandantes de licencias para incorporar en sus ofertas Canales Básicos, resulta relevante que sus servicios incluyan una diversidad de contenidos que resulte atractiva para los consumidores. Estas preferencias suelen variar en el tiempo para un mismo usuario, por lo cual se tiene una gama diversa de preferencias para el universo de usuarios finales. Los agentes económicos prestadores del STAR, deben contemplar esta característica, por lo que requieren contar con contenidos programáticos distintos, pero que resulten complementarios para el consumidor en el tiempo, de tal manera que puede elegir entre diversos contenidos en un mismo momento (por ejemplo, elegir en un cierto momento entre ver una película o deportes).

Al respecto, la importancia de la diversidad de programación para los usuarios finales del STAR se pone de manifiesto en los datos generados por la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2015 (ENCCA 2015)⁴⁹ que indica que para el 52% (cincuenta y dos por ciento) de los encuestados, el "tener más opciones de contenidos y canales" es la principal razón para contratar televisión de paga.

De acuerdo a la diversificación de contenidos, los concesionarios del STAR, para ser competidores viables, requieren ofrecer Canales Básicos en ocho categorías de señales distintas:

- i) Entretenimiento,
- ii) Deportes,
- iii) Infantiles,
- iv) Cultural,
- v) Películas,

⁴⁹ Esta encuesta, diseñada y desarrollada por el Instituto, llevó a cabo del 24 de octubre al 22 de noviembre de 2015, con el objetivo general de conocer el hábito de consumo de contenidos audiovisuales de las audiencias de radio y televisión, así como la demanda de dichos contenidos en internet. Información disponible en: <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/estudios-y-reportes-de-analisis-de-medios-y-contenidos-audiovisuales>

- vi) Musicales,
- vii) Noticias, y
- viii) TV Abierta (que incluye retransmisiones simultáneas y diferidas).⁵⁰

En el Cuadro 6 se ilustra la conformación de paquetes de Canales Básicos ofrecidos por los proveedores del STAR a los usuarios finales y se observa cierta regularidad en las categorías presentes en la oferta de canales de los STAR, así como en la manera en la que están conformadas.

Cuadro 6. Conformación de algunos paquetes básicos ofrecidos por proveedores del STAR

Categoría	Sky México (VerV, \$199)	DirecTV (Básico, \$196.00)	Megacable (Conecta Digital, \$219.00)	IZI (Pack TV, \$180.00)	Cablecom (Mini Básico, \$227.00)
Culturales	DISCOVERY CHANNEL, ENLACE, MARIAVISION, NATIONAL GEOGRAPHIC.	ANIMAL PLANET, DISCOVERY CHANNEL, HISTORY, NATIONAL GEOGRAPHIC, TLC-TRAVEL & LIVING CHANNEL.	DISCOVERY CHANNEL, HISTORY, MARIAVISION, NATIONAL GEOGRAPHIC.	DISCOVERY CHANNEL, ENLACE, HISTORY, NATIONAL GEOGRAPHIC.	ANIMAL PLANET, DISCOVERY CHANNEL, ENLACE, HISTORY, MARIAVISION, NATIONAL GEOGRAPHIC, TLC-TRAVEL & LIVING CHANNEL.
Deportivos	ESPN, ESPN 2, FOX SPORTS, NFL NETWORK, TDN.	ESPN, ESPN 2, ESPN 3, FOX SPORTS, FOX SPORTS 2, FOX SPORTS 3.	ESPN 2, ESPN 3, FOX SPORTS, FOX SPORTS 2, FOX SPORTS 3, NFL NETWORK.	ESPN, ESPN 2, FOX SPORTS.	ESPN, ESPN 2, ESPN 3, FOX SPORTS, FOX SPORTS 2, FOX SPORTS 3, NFL NETWORK, TDN.
Entretenimiento	A&E, DISTRITO COMEDIA, E! ENTERTAINMENT TELEVISION, FOX, FOX LIFE, H&H-DISCOVERY HOME & HEALTH, SONY, SPACE, TELEMUNDO, TLNOVELAS, UNICABLE, WARNER.	A&E, AXN, COMEDY CENTRAL, E! ENTERTAINMENT TELEVISION, FOX, FOX LIFE, FX, H&H-DISCOVERY HOME & HEALTH, SONY, SPACE, TNT SERIES, UNIVERSAL, WARNER.	AXN, COMEDY CENTRAL, E! ENTERTAINMENT TELEVISION, EL GOURMET, FOX, FOX LIFE, FX, SONY, SPACE, TNT SERIES, UNIVERSAL, WARNER.	DISTRITO COMEDIA, E! ENTERTAINMENT TELEVISION, FOX, FOX LIFE, FX, SONY, SPACE, TLNOVELAS, UNICABLE, WARNER.	A&E, AXN, COMEDY CENTRAL, DISTRITO COMEDIA, E! ENTERTAINMENT TELEVISION, EL GOURMET, FOX, FOX LIFE, FX, H&H-DISCOVERY HOME & HEALTH, SONY, SPACE, TELEMUNDO, TLNOVELAS, TNT SERIES, UNICABLE, UNIVERSAL, WARNER.
Infantiles	DISNEY CHANNEL, DISNEY XD, NICKELODEON, TIIN.	CARTOON NETWORK, DISCOVERY KIDS, DISNEY CHANNEL, DISNEY JUNIOR, DISNEY XD, NICKELODEON.	CARTOON NETWORK, DISCOVERY KIDS, DISNEY JUNIOR, DISNEY XD, NICK JR., NICKELODEON.	DISCOVERY KIDS, DISNEY CHANNEL, DISNEY JUNIOR, DISNEY XD, NICKELODEON, TIIN.	CARTOON NETWORK, DISCOVERY KIDS, DISNEY CHANNEL, DISNEY JUNIOR, DISNEY XD, NICK JR., NICKELODEON, TIIN.

⁵⁰ Esta clasificación se ha adoptado en casos anteriores por el Instituto. Para mayor referencia véanse las resoluciones de los expedientes E-IFT/UC/DGIPM/PMR/0001/2013 y UCE/AVC-002-2014, versiones públicas disponibles en: <http://apps.ift.org.mx/publicdata/Version Publica P IFT EXT 150814 195.pdf> <http://apps.ift.org.mx/publicdata/Version Publica P IFT EXT 110215 48.pdf>.

Categoría	Sky México (Vetv, \$199)	Dish (Básico, \$196.00)	Megacable (Conecta Digital, \$219.00)	Izzi (Pock TV, \$180.00)	Cablecom (Mini Básico, \$227.00)
Películas	DE PELICULA, FILM ZONE, GOLDEN, GOLDEN EDGE.	CINE LATINO, CINEMAX, FILM ZONE, TNT, CINECANAL	AMC, CINE LATINO, STUDIO UNIVERSAL, TNT.	AMC, CINEMAX, DE PELICULA, GOLDEN, GOLDEN EDGE, STUDIO UNIVERSAL.	AMC, CINE LATINO, CINEMAX, DE PELICULA, FILM ZONE, GOLDEN, GOLDEN EDGE, STUDIO UNIVERSAL, TNT, CINECANAL
Musicales	BANDA MAX, RITMOSON, TELEHIT.	MTV, NU MUSIC	MTV, NU MUSIC	BANDA MAX, RITMOSON, TELEHIT.	BANDA MAX, MTV, NU MUSIC, RITMOSON, TELEHIT.
Noticias		CNN EN ESPAÑOL	CNN EN ESPAÑOL	EXCELSIOR TV, TELEFORMULA	CNN EN ESPAÑOL, EXCELSIOR TV, TELEFORMULA.
TV Abierta	AZTECA 13, AZTECA 7, CANAL 22, CANAL 22.2, CANAL 5, CANAL ONCE, FORO TV, GALAVISIÓN, IMAGEN TELEVISIÓN, LAS ESTRELLAS, MEXIQUENSE, PROYECTO 40, TV UNAM.	AZTECA 13, AZTECA 7, CANAL 22, CANAL ONCE, IMAGEN TELEVISIÓN, LAS ESTRELLAS, TV UNAM.	AZTECA 13, AZTECA 7, CANAL 22, CANAL 22.2, CANAL 5, CANAL ONCE, GALAVISIÓN, IMAGEN TELEVISIÓN, LAS ESTRELLAS, ONCE NIÑOS, PROYECTO 40, TV UNAM.	AZTECA 13, AZTECA 7, CANAL 22, CANAL 5, CANAL ONCE, FORO TV, GALAVISIÓN, LAS ESTRELLAS, ONCE NIÑOS, TV UNAM.	AZTECA 13, AZTECA 7, CANAL 22, CANAL 22.2, CANAL 5, CANAL ONCE, FORO TV, GALAVISIÓN, IMAGEN TELEVISIÓN, LAS ESTRELLAS, MEXIQUENSE, ONCE NIÑOS, PROYECTO 40, TV UNAM.
<p>Notas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se utilizan los nombres comerciales de los proveedores del STAR. - Se incluye a aquellos canales incluidos en dos o más de los paquetes/proveedores seleccionados. - Los datos del paquete "Mini Básico" de Cablecom corresponden a la localidad de Apizaco, Tlaxcala. <p>Fuente: Elaborado con información pública, recuperada el dieciséis de marzo de dos mil dieciséis de los sitios web de los concesionarios con los nombres comerciales citados: http://www.sky.com.mx/vetv/, https://www.dish.com.mx/#/paquetes/basico, http://www.megacable.com.mx/tv_canales.html, https://www.izzi.mx/tv, http://www.cablecom.com.mx/television/tv_apizaco.php</p>					

Considerando lo expuesto anteriormente, se considera que las distintas categorías de canales de televisión son complementarias, no sustitutas sino complementarias entre sí. Esta conclusión es consistente con precedentes decisorios del Instituto.⁵¹

Canales Premium

Los Canales Premium se caracterizan por incluir programación de alto valor para las audiencias y por no incluir publicidad dentro de sus señales, además, los programas presentados en este tipo de canales no tienen censuras en su contenido

⁵¹ Ver Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones resuelve el expediente E-IFT/UC/DG/PM/PMR/0001/2013, versión pública disponible en: http://apps.ift.org.mx/publicdata/Version_Publica_P-IFT_EXT_150814_195.pdf.

como sucede con los Canales Básicos. Dadas las características descritas, los Canales Premium tienen estructuras de precios y costos que difieren de los Canales Básicos.

Los proveedores de STAR necesitan Canales Premium para configurar paquetes dirigidos a la población que está dispuesta a pagar una cantidad adicional para acceder a contenidos exclusivos o de reciente estreno, en este sentido, la disponibilidad de Canales Premium en la oferta de los proveedores puede ser tomada, desde el punto de vista de los usuarios finales, como un indicador de la calidad de su servicio.

Para concesionarios prestadores del STAR a menor escala, un elemento más de diferenciación entre los Canales Básicos y los Premium consiste en la necesidad de contar con sistemas de codificación para garantizar que no todos sus usuarios reciban esas señales.

Desde el punto de vista de los programadores, los Canales Premium representan costos superiores a los que se incurren en el caso de Canales Básicos, debido a la naturaleza de los contenidos programáticos que deben adquirirse.

Se identifica que en México los Canales Premium pueden ser de películas que por primera vez se transmiten a través del STAR y series de reciente estreno (e.g. Canales HBO y Fox Premium), canales especializados de deportes (e.g. UFC Network) y canales para adultos (e.g. Playboy TV y Venus). Además los usuarios del STAR solo pueden acceder a ellos contratando los paquetes de canales más costosos en las ofertas de los distribuidores STAR, principalmente porque, en general, requieren de la contratación forzosa de un paquete básico.

Considerando lo expuesto en párrafos anteriores, se considera que los Canales Premium pueden formar parte de un mercado separado al de los Canales Básicos.

Canales de TV Abierta

Se observa que los canales pertenecientes a la categoría TV Abierta presentan características muy particulares, distintas a los otros canales disponibles en el STAR (Canales Restringidos).

Los canales de TV Abierta (o Canales Radiodifundidos) son distintos y distinguibles de los Canales Restringidos. Los proveedores del STRD comercial integran, por ellos mismos, los diferentes programas audiovisuales (propios y de terceros) a sus Canales Radiodifundidos y obtienen ingresos principalmente de la publicidad que se integra en éstos; estos canales están disponibles a los usuarios en la zona de cobertura autorizada por el título de concesión correspondientes, de forma libre y sin el pago de cuotas.

Por su parte, los agentes que proveen Canales Restringidos obtienen sus ingresos principalmente del licenciamiento de esos canales a proveedores STAR y, en menor

medida, de la publicidad que incorporan; estos canales sólo están disponibles mediante el pago de cuotas a usuarios del STAR.⁵²

Al respecto, en precedentes decisorios, tomando en consideración la normatividad aplicable, el Instituto ha identificado que:

"(...) se concluye que existen diferencias de carácter legal, financiero y técnico, entre las señales de TV Abierta y TV Restringida, (...), al acreditarse que ambos tipos de señales son distintas o distinguibles entre sí (...)."

A continuación se presentan otros elementos que soportan dicha conclusión.

Audiencia de los canales de TV Abierta

En la Figura 4 se presentan la audiencia de los canales distribuidos en el STAR.

Figura 4. Audiencia de los canales distribuidos en el STAR.



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por las Partes.

En el año dos mil dieciséis, los canales de TV Abierta referidos como Las Estrellas, Azteca 13, Canal 5, Azteca 7 y Galavisión, acumularon en promedio el [REDACTED] del share de audiencia de los canales en el STAR en el país. El porcentaje restante se encuentra atomizado entre los demás canales transmitidos vía el STAR, y ninguno de ellos alcanzando en promedio más del [REDACTED] del share de audiencia de manera individual, para ese mismo periodo. De esta manera, se tienen indicios de que los

⁵² Al respecto se guarda concordancia con precedentes decisorios del Instituto. Ver Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones resuelve el expediente E-IFT/UC/DGIPM/PMR/0001/2013, versión pública disponible en: http://apps.ift.org.mx/publicdata/Version_Publica_P. IFT_EXT_150814_195.pdf.

canales de TV Abierta configuran una parte fundamental de la oferta de contenido de los proveedores de STAR, desempeñando un rol diferente al de los demás canales. Por su parte, el hecho de que los suscriptores de un STAR, a pesar de hacer relativamente poco uso de los canales exclusivos de la televisión de paga estén dispuestos a pagar por dichos servicios, es indicio de que se trata de productos distintos.

Obligaciones Must Offer y Must Carry

Must Offer es la obligación de los concesionarios de televisión abierta de poner sus señales a disposición de los concesionarios del STAR para que sean difundidas; por su parte, *Must Carry* es la obligación de los concesionarios de STAR de retransmitir las señales de televisión abierta en sus sistemas.

Los objetivos que se persiguen a través de las obligaciones *Must Carry* y *Must Offer* se resumen en los siguientes puntos:

- Favorecer la competencia en el STAR, reflejándose esto último en las tarifas a los usuarios.
- Beneficiar a la audiencia al garantizar el acceso gratuito a los contenidos del servicio público de radiodifusión.
- Que los contenidos de las instituciones públicas federales puedan llegar a toda la audiencia de televisión de paga del país.

Las obligaciones *Must Carry* y *Must Offer* están previstas en la fracción I del artículo Octavo Transitorio del Decreto de Reforma Constitucional, cuyo reflejo legal se encuentra en los artículos 164 y 165 de la LFTR. Para pronta referencia se transcriben éstos últimos.

"Artículo 164. Los concesionarios que presten servicios de televisión radiodifundida están obligados a permitir a los concesionarios de televisión restringida la retransmisión de su señal, de manera gratuita y no discriminatoria, dentro de la misma zona de cobertura geográfica, en forma íntegra, simultánea y sin modificaciones, incluyendo la publicidad y con la misma calidad de la señal que se radiodifunde."

Los concesionarios que presten servicios de televisión restringida están obligados a retransmitir la señal de televisión radiodifundida, de manera gratuita y no discriminatoria, dentro de la misma zona de cobertura geográfica, en forma íntegra, simultánea y sin modificaciones, incluyendo la publicidad y con la misma calidad de la señal que se radiodifunde, e incluirla sin costo adicional en los servicios contratados por los suscriptores y usuarios."

"Artículo 165. Los concesionarios de televisión restringida vía satélite, sólo deberán retransmitir obligatoriamente las señales radiodifundidas con cobertura del cincuenta por ciento o más del territorio nacional. Todos los

concesionarios de televisión restringida deberán retransmitir las señales radiodifundidas por instituciones públicas federales."

Asimismo, el veintisiete de febrero de dos mil catorce, se publicaron en el Diario Oficial de la Federación (DOF) los "Lineamientos generales en relación con lo dispuesto por la fracción I del artículo octavo transitorio del decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los Artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 94 y 105 de la CPEUM, en materia de telecomunicaciones", los cuales establecen en sus artículos 4 y 11 lo siguiente:

"Artículo 4.- La obligación por parte de los Concesionarios de Televisión Radiodifundida consistente en permitir la retransmisión de Señales Radiodifundidas, conlleva la obligación de los Concesionarios de Televisión Restringida de realizar dicha retransmisión en la Misma Zona de Cobertura Geográfica sin necesidad de contar con manifestación de voluntad alguna por parte del Concesionario de Televisión Radiodifundida."

"Artículo 11.- Los Concesionarios de Televisión Restringida deberán tomar las Señales Radiodifundidas con la mayor definición de imagen y sonido disponibles y retransmitirlas con la mayor definición de imagen y sonido que sus redes sean capaces de transmitir, y acorde a las distintas características de los equipos terminales de usuario con que cuenten sus suscriptores y usuarios."

De igual forma, las Señales Radiodifundidas que sean retransmitidas por Concesionarios de Televisión Restringida deberán incluirse dentro de todos sus paquetes, en términos del párrafo anterior."

Los Concesionarios de Televisión Restringida no deberán colocar dentro de su Guía Electrónica de Programación las Señales Radiodifundidas retransmitidas de manera tal que se pueda generar una ventaja competitiva artificial para una o más señales."

Así pues, en general, los operadores de STAR tienen acceso a los canales de TV Abierta en las áreas geográficas en las que se radiodifunden, lo que incluye a las señales más demandadas, producidas en el país en términos de las disposiciones constitucionales y legales que establecen las reglas de *Must Carry* y *Must Offer*.

El hecho descrito en los párrafos anteriores es reconocido por las Partes. En el escrito que entregaron a la Oficialía de Partes de este Instituto el día dieciséis de mayo de dos mil diecisiete señalan lo siguiente:

"Los contenidos más vistos en los hogares que cuentan con STAR corresponde a las señales de TV radiodifundida, las cuales se encuentran sujetas a ciertas disposiciones en materia de retransmisión de contenidos. Estas disposiciones legales previenen la discriminación y aseguran que todos los proveedores de STAR tengan acceso a las señales radiodifundidas relevantes."

Adquisición de Canales Restringidos

Por su parte, el licenciamiento de los Canales Restringidos está sujeto a extensas negociaciones entabladas con los proveedores de dichos canales de televisión, entre las que se incluyen las siguientes:

- a) Periodo de vigencia: En promedio se ubica entre uno a tres años, y puede ser renovado con la firma de un formato simplificado.
- b) Empaquetamiento de canales: Es común que las licencias se otorguen a canales en paquete, aunque hay casos en los que se lleva a cabo de manera individual.⁵³
- c) Los precios de los canales: En su mayoría se establecen en dólares americanos, y éstos pueden ser un monto fijo por canal o estar en función del número de suscriptores con los que cuenta el proveedor del STAR. En este caso, es común que los licenciantes establezcan un número mínimo de suscriptores asegurado. Los contratos también pueden establecer descuentos por incremento en el número de suscriptores.

Otra modalidad de precios menos común, consiste en que el distribuidor establezca el precio al que el concesionario que provee el STAR debe vender el canal al usuario final, señalando el porcentaje de la venta que se llevan el licenciante y el concesionario (licenciatario).
- d) Derecho del licenciante de realizar auditorías: En algunos contratos se establece que se pueden realizar auditorías con el fin de comprobar que los pagos se han efectuado conforme a lo acordado. Esta cláusula es particularmente relevante cuando el precio del canal se fija con base en el número de suscriptores, ya que el concesionario que provee el STAR tendría incentivos para declarar un número menor de suscriptores y así pagar menos por los canales.
- e) Condiciones de publicidad: El licenciante, por lo general, tiene el control y potestad sobre la publicidad que puede incluirse en los canales. Sin embargo, en ocasiones se establece que el concesionario que provee el STAR pueda tener un tiempo de publicidad que, por lo general, es de hasta 180 segundos por cada hora de programación.
- f) Las condiciones de derechos de marca: Los licenciantes se reservan el derecho de aprobar el uso de materiales de mercadotecnia y promoción que

⁵³ Se han identificado casos en que los paquetes ofrecidos incluyen canales de TV Abierta, no obstante la racionalidad de la existencia de contratos comerciales para el licenciamiento de canales radica en los derechos que deben ser obtenidos para la distribución de Canales Restringidos, pues el acceso a las señales relevantes de televisión abierta está asegurado gracias a las obligaciones *Must Carry* y *Must Offer*.

pretenda utilizar el concesionario del STAR en las que se usen las marcas de los canales de televisión del titular.

- g) La terminación de contrato: Por lo general, el incumplimiento de los términos del contrato puede derivar en la terminación del mismo, como por ejemplo, si el servicio no se ha brindado por un plazo dado sin justificación, o si no se han realizado los pagos correspondientes, entre otros.

Marco normativo

La LFTR impone restricciones sobre las características de los canales y contenidos audiovisuales que se transmiten a través de televisión radiodifundida que no se establecen para el caso de los que son exclusivos del STAR.

Por ejemplo, para el caso del servicio de televisión radiodifundida, la LFTR señala que:

- El contenido debe transmitirse en lenguas nacionales o subtulado, y sólo en casos excepcionales se podrá autorizar el uso de idiomas extranjeros (Artículo 230);
- La programación diaria que utilice la actuación personal deberá incluir un mayor tiempo cubierto por mexicanos (Artículo 249);
- Se deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias en cada estación y por cada canal de programación, con una duración de hasta treinta minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de interés social (Artículos 251 y 252);
- Se deberá transmitir el Himno Nacional a las seis y veinticuatro horas, y además, simultáneamente la imagen de la bandera nacional (Artículo 253);
- Se deberá encadenar las estaciones de radio y canales de televisión en el país cuando se trate de transmitir informaciones de trascendencia para la Nación, a juicio de la Secretaría de Gobernación (Artículos 254 y 255), y
- El servicio deberá cumplir con los derechos de las audiencias (Artículo 256).

Asimismo, a partir de lo establecido en la LFTR se producen diferencias en la cantidad de publicidad que se puede incluir en cada tipo de canal, siendo esta última mayor en el caso de los canales de televisión abierta que en los exclusivos del STAR.⁵⁴

⁵⁴ Para el caso de los concesionarios que proveen el STAR, podrán transmitir, diariamente y por canal, hasta seis minutos de publicidad en cada hora de transmisión. Para efectos del cálculo correspondiente, no se considerará la publicidad contenida en las señales de radiodifusión que sean retransmitidas ni los promocionales propios de los canales de programación, y los canales dedicados exclusivamente a programación de oferta de productos.

Así pues, se identifica que las disposiciones establecidas en el marco normativo, son un elemento más que hace que no se perciban a ambos tipos de canales como sustitutos tanto desde el punto de vista de licenciantes como licenciarios.

Tipo de contenidos

La programación de los canales de TV Abierta está compuesta mayoritariamente por contenidos nacionales o locales de varios géneros, mientras que gran parte de los contenidos que conforman los Canales Restringidos son producidos fuera de México o se trata de eventos transmitidos exclusivamente en dichas señales, como ocurre con ciertos eventos deportivos o de entretenimiento.

Ciertos contenidos, como películas y series, emitidos por los Canales Restringidos se diferencian de los emitidos en los canales de TV Abierta por una ventana de explotación previa. Esto es, las emisiones se diferencian en el tiempo, pues la emisión en la televisión restringida ocurre primero y, posteriormente con meses o años de diferencia, se realiza la emisión en televisión abierta.

Es importante subrayar que los Canales Abiertos tienen un horario de programación fijo a lo largo del día y de la semana, mientras que los Canales Restringidos (especialmente canales temáticos) tienen un esquema que permite varias repeticiones del mismo contenido/programa en varios momentos durante el mismo día o la misma semana. En consecuencia, los televidentes tienen la posibilidad de ver el programa de su elección dentro de un Canal de Acceso Restringido en varias ocasiones en el mismo día o también durante la misma semana.

Adicionalmente, algunos proveedores de Canales Restringidos permiten a los proveedores del STAR ofrecer en sus ofertas el acompañamiento de servicios TVE, permitiendo que los consumidores puedan disfrutar del contenido de los canales respectivos en la modalidad de video bajo demanda, y que puedan acceder a los mismos, dentro y fuera de su casa, a través de diversos dispositivos con acceso a internet como teléfonos inteligentes, tabletas, televisores inteligentes y computadoras y elementos (ej. una contraseña) que los identifica como suscriptores autorizados.

Otra diferencia recae en la publicidad que puede ser encontrada en ambos tipos de canales, producto de los diferentes modelos de negocio de los programadores. Los canales de TV Abierta intentan ocupar la mayor parte posible de su tiempo al aire para esos fines, con publicidad dirigida al público en general, por su parte, en

estarán exceptuados del límite señalado en el inciso anterior (Art 237, fracción II de la LFTR). Por su parte, para el servicio de televisión abierta, el tiempo destinado a publicidad comercial no excederá del dieciocho por ciento del tiempo total de transmisión por cada canal de programación (diez punto ocho minutos por cada hora de transmisión) (Artículo 237, Fracción I).

los Canales Restringidos se prioriza la retención de suscriptores intentando ofrecer una menor presión publicitaria y con anuncios incluidos en función de la tipología y naturaleza de cada canal.

Considerando lo hasta ahora expuesto, para efectos del presente análisis se considera que el licenciamiento de Canales Restringidos corresponde a un mercado distinto y distinguible al de los canales de TV Abierta⁵⁵.

En adelante el análisis se enfoca en los Canales Restringidos, toda vez que los canales de programación que son provistos y licenciadados por Time Warner se ubican dentro de esta categoría.

6.1.2. Dimensión geográfica

Conforme al artículo 58, fracciones II a V, de la LFCE, se tienen las siguientes consideraciones.

Por el lado de la demanda, los contratos entre proveedores y licenciantes de Canales Restringidos y proveedores de STAR están sujetos a la cobertura de los proveedores de STAR.

El área de cobertura de un proveedor de STAR está delimitada principalmente por su título de concesión, la plataforma tecnológica (satelital o fija) y la infraestructura instalada por cada uno de los operadores. Al respecto, las concesiones para la provisión del STAR en el segmento satelital permiten a sus titulares proveer este servicio con cobertura nacional; mientras que las concesiones de RPT en el segmento fijo o cableado, establecen coberturas geográficas locales que pueden comprender uno o varios municipios o localidades.

El marco legal vigente, es decir, la LFTR, prevé en el artículo 74, fracción III, la figura de concesión única para prestar todo tipo de servicios de telecomunicaciones y radiodifusión técnicamente posibles. Asimismo, los "Lineamientos generales para el otorgamiento de las concesiones a que se refiere el título cuarto de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión", publicados en el Diario Oficial de la Federación el 24 de julio de 2015, señalan en el artículo 25 que "(l) a Concesión Única para Uso Comercial se otorgará para prestar de manera convergente, todo tipo de servicios públicos de telecomunicaciones o radiodifusión y con una cobertura nacional (...)".

Así, la cobertura de los proveedores de STAR puede ser a lo máximo nacional.

⁵⁵ Conclusiones similares han sido alcanzadas por otras autoridades en materia de competencia económica. Ver por ejemplo fusión Viacom/Channel 5 Broadcasting, Case No. COMP/M.7288, disponible en: http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7288_20140909_20310_3881848_EN.pdf.

Con fundamento en lo expuesto anteriormente, para efectos de la presente Resolución, en términos de la evaluación en materia de competencia económica de la Operación, se considera al servicio consistente en la provisión y licenciamiento de Canales Restringidos a proveedores de STAR, con una dimensión geográfica nacional.

Esta definición es consistente con las actuaciones de otras autoridades de competencia.⁵⁶

6.2. El STAR

Oferta

Los oferentes del STAR son concesionarios que proveen el servicio mediante una relación contractual con los usuarios, en la cual estos últimos se comprometen a realizar un pago periódico. Una vez establecida la relación contractual, el concesionario lleva a cabo la instalación de los elementos de red necesarios para que el suscriptor reciba el servicio correspondiente en su domicilio.

Las señales codificadas de video y/o audio asociados al STAR son comercializadas a los suscriptores a través de paquetes de canales, de modo que únicamente éstos puedan acceder a las mismas empleando infraestructura y dispositivos decodificadores proporcionados por los concesionarios.

En términos generales, para la provisión del STAR, independientemente del segmento o la tecnología de transmisión utilizada, se requiere contar con un elemento de infraestructura denominado Cabecera o Centro de Control (CC), en el cual se recogen las señales de diversas fuentes (televisión abierta local, programadores y creadores de contenidos de televisión, producciones locales existentes e incluso de Internet), las cuales son integradas y codificadas, de acuerdo al medio de transmisión, en una señal que es difundida a través de la red de distribución del concesionario hacia los suscriptores. El tratamiento que se le da a la señal tiene por objetivo principal evitar que todo aquel no suscrito a la red pueda acceder al contenido.

Dicha señal viaja a través de las distintas redes de telecomunicaciones de los concesionarios (alámbricas e inalámbricas), hasta llegar a la residencia de los usuarios, los cuales tienen acceso a la señal a través de un decodificador. Este último, es un elemento que permite al televisor reproducir la señal y al usuario seleccionar el contenido que quiere consumir. Además, el decodificador representa el elemento de comunicación entre los usuarios y el concesionario,

⁵⁶ Ver por ejemplo concentración SOGECABLE / CANALSATELITE DIGITAL / VIA DIGITAL analizada por la Comisión de las Comunidades Europeas, disponible en: http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m2845_20020814_330_es.pdf.

quien determina a qué contenidos tiene derecho de acceso un usuario en relación al paquete o el esquema de pago que tenga contratado.

Los concesionarios que proveen el STAR poseen dos fuentes de ingresos: el pago por suscripción que realizan los usuarios finales y, en menor medida, la venta de espacios publicitarios a los anunciantes.

Los espacios publicitarios que los proveedores del STAR pueden comercializar son, en general, resultado de las negociaciones con el titular de los derechos de la señal. Los espacios disponibles para inserciones publicitarias pueden distribuirse entre el proveedor del STAR y el titular de los derechos, dependiendo de la capacidad de negociación de cada una de las partes. El titular de los derechos de la señal tendrá un mayor poder de negociación entre mayor nivel de audiencia posea su señal. Por su parte, el concesionario del STAR tendrá mayor poder de negociación entre mayor sea su base de suscriptores.

Demanda

Los usuarios que se suscriben a un STAR lo hacen, primordialmente, con fines de entretenimiento. Estos usuarios tienen preferencias heterogéneas, por esta razón, los paquetes que se ofrecen en el mercado incluyen una mezcla de canales de distintas categorías, tales como canales de películas, deportes, entretenimiento, cultura, noticias, música, infantil, etc. Dado que los consumidores valoran la disponibilidad de diversas categorías al contratar el STAR a un proveedor en particular, se considera que cada una de ellas es complementaria de las demás.

Al consumir el STAR, los suscriptores pueden adquirir un paquete básico que incluye un número determinado de Canales Básicos a un precio fijo, por el plazo que el contrato estipule. Los paquetes básicos de los distintos operadores varían en cuanto a número de canales y precio. Además, el usuario puede contratar canales adicionales, incluidos Canales Premium (de manera individual o en paquete) a cambio de una contraprestación extra.⁵⁷

Al respecto, de conformidad con información de la Tercera Encuesta Trimestral 2016, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones (ETUST 2016) de este Instituto⁵⁸, en el tercer trimestre de dos mil dieciséis, el 83% (ochenta y tres por ciento) de los usuarios de STAR tenían contratado un paquete básico, el 10% (diez por ciento) un paquete entre el básico y el más completo y el 5% (cinco por ciento), el paquete más completo que incluye todos los canales disponibles.

⁵⁷ Los canales adicionales pueden ser distintos a los que incluye el paquete original, o los mismos canales pero con mayor calidad, en su versión alta definición (HD, por sus siglas en inglés).

⁵⁸ Disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenido/general/usuarios-y-audiencias/tercerencuesta-acc2.pdf>. Del 22 de septiembre al 28 de octubre de 2016, se realizaron encuestas a usuarios de servicios de telecomunicaciones combinando recolección telefónica y presencial mediante un muestreo aleatorio en el territorio nacional; en relación al STAR y al servicio de acceso a Internet se tuvieron 5,000 usuarios encuestados.

De igual forma, el usuario tiene la opción de adquirir contenidos específicos (por ejemplo, eventos deportivos, musicales o películas de reciente lanzamiento) en la modalidad de PPV o VOD, a cambio de una contraprestación adicional. A estos contenidos específicos se puede tener acceso en una o varias ocasiones durante un periodo de tiempo previamente establecido.

Ahora bien, de acuerdo con la Cuarta Encuesta Trimestral 2015, Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones (ETUST 2015)⁵⁹, en noviembre de dos mil quince el 94% (noventa y cuatro por ciento) de los usuarios de STAR no habían contratado un servicio de PPV en los últimos doce meses.

Por último, el usuario también puede tener acceso a servicios adicionales, como los TVE, también denominados "multipantalla", que permiten visualizar parte de la programación en un ordenador personal, tableta o teléfono inteligente, irrestricto del lugar físico donde se encuentre, siempre y cuando cuente con una conexión a internet.

El STAR puede configurar un mercado de dos lados, donde existen dos grupos de clientes, los suscriptores y los anunciantes, quienes interactúan a través de la transmisión de las señales de televisión. Las demandas de estos dos tipos de clientes son interdependientes, debido a que el valor que los anunciantes obtienen de los espacios publicitarios aumenta con el número de televidentes (nivel de audiencia), pues así logran transmitir su información publicitaria a un mayor número de posibles compradores de sus productos o servicios. Por otro lado, los televidentes obtienen un valor de la programación diseñada y transmitida en las señales que oferta un proveedor del STAR.

6.2.1. Dimensión producto

Existen diversos medios de transmisión de contenidos audiovisuales disponibles tanto para los anunciantes como para los televidentes. Sin embargo, la mera existencia de otras plataformas o medios de transmisión alternativas no implica que éstas correspondan al mismo mercado del servicio del STAR.

Para efectos de identificar cuáles medios de transmisión pueden constituir sustitutos del STAR, conforme al artículo 58, fracción I, de la LFCE, se deben considerar las posibilidades tecnológicas y los costos, para los dos grupos de usuarios: los suscriptores y los anunciantes.

⁵⁹ Disponible en: <http://www.ift.org.mx/usuarios-y-audiencias/cuarta-encuesta-trimestral-usuarios-de-servicios-de-telecomunicaciones>. Del 5 al 22 de noviembre de 2015, se realizaron encuestas a usuarios de servicios de telecomunicaciones combinando recolección telefónica y presencial mediante un muestreo aleatorio en el territorio nacional (con base en el Censo de población y vivienda INEGI 2010); en relación al STAR y al servicio de acceso a Internet se tuvieron 2,075 usuarios encuestados.

Sustitutos

Sustitución entre segmentos del STAR

Los proveedores del STAR en México prestan el servicio a través de diversas tecnologías de transmisión, tales como cable, DTH o IPTV.

Recientemente, esta autoridad ha considerado que el STAR es prestado a través de dos tipos de plataformas distintas que definen dos segmentos del servicio relevante: el segmento de plataforma tecnológica satelital y el segmento de plataforma fija; al respecto, de acuerdo con los DATOS RELEVANTES DE LA RESOLUCIÓN EMITIDA POR EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES EN EL EXPEDIENTE AI/DC-001-2014⁶⁰:

(...)

7. El servicio relevante corresponde al STAR prestado a través de dos tipos de plataformas distintas, que definen dos segmentos del servicio relevante:

(i) Satelitales, con capacidad de proveer únicamente este servicio con cobertura nacional, y

(ii) Fijas o cableadas, que incluyen las de cable e IPTV, las cuales tienen la capacidad actual y potencial (sujeta a inversiones de digitalización y capacidad de infraestructura) de prestar el STAR en forma individual y como parte de paquetes que incluyen otros servicios de telecomunicaciones como telefonía y acceso a internet (doble y triple play).

(...).

El segmento de tecnología satelital es el que registra el mayor número de suscriptores a nivel nacional con un 55% (cincuenta y cinco por ciento) de los mismos, mientras que las suscripciones a plataformas fijas representan un 45% (cuarenta y cinco por ciento)⁶¹

Sustitución entre TV Abierta Comercial y STAR

El servicio de televisión radiodifundida para uso comercial (TV Abierta Comercial) consiste en transmitir una señal con contenidos audiovisuales programados para ser vistas por las audiencias, y comercializar los espacios publicitarios disponibles en las señales a los anunciantes para presentar su información comercial a las audiencias.

⁶⁰ Disponibles en:

<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliga/piff240217104datosrelevantes.pdf>

⁶¹ Fuente: CUARTO INFORME TRIMESTRAL ESTADÍSTICO 2016 de este Instituto, disponible en:

<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/estadisticas/informetrimestral4a2016.pdf>

Por el lado del acceso de los usuarios finales (i.e. las audiencias), existen diferencias significativas entre el servicio de TV Abierta Comercial y el de STAR en el costo y los medios de acceso a las señales de televisión. En el servicio de TV Abierta Comercial, para tener acceso se necesita un receptor digital compatible para recibir las señales radiodifundidas, sin incurrir en un pago por el servicio. En el STAR, los usuarios finales deben celebrar un contrato para: i) tener acceso a medios de transmisión a través de los cuales reciben un conjunto de señales para televisión codificadas; ii) recibir un equipo que decodifique las señales para poder verlas en el equipo receptor; y, iii) pagar los costos de instalación, renta del decodificador u otros cargos relacionados con el equipo y una renta mensual por las señales que dependerá de la oferta de canales contratados. Por estas diferencias, los servicios de TV Abierta Comercial y de STAR no son sustitutos para los usuarios finales.

Por el lado de la comercialización de espacios publicitarios, los servicios de TV Abierta Comercial y STAR también exhiben diferencias significativas en la cobertura de las señales y los niveles de audiencias, por lo que tampoco resultan sustitutos para los anunciantes.

A manera de ejemplo, algunos estudios señalan que el alcance de los *spots* publicitarios del Canal 2 es mucho mayor que el de los canales del STAR, siendo  *spots* del "Canal de las Estrellas" equivalentes a  *spots* en el STAR.⁶²

En este mismo sentido, algunas autoridades de competencia en otras jurisdicciones también han determinado que el servicio de TV Abierta Comercial y el STAR pertenecen a mercados diferentes.⁶³

Sustitución entre STAR y servicios OTT

Los servicios OTT son una opción adicional de acceso a contenidos audiovisuales. Para tener acceso a este tipo de servicios es necesaria una conexión a Internet de banda ancha, ya que éste se entrega a través de los accesos a Internet contratados por los usuarios.

Los servicios OTT son ofrecidos por los dueños de los contenidos o por agentes con convenios para ofrecer contenidos de otros proveedores sin que los proveedores de Internet ("ISP" por sus siglas en Inglés) u operadores de redes participen en el control del contenido o en el acceso de los usuarios. Al igual que en el STAR, en general, se necesita pagar una renta mensual para tener acceso a estos servicios.

⁶² Fuente: Reporte presentado por las Partes, preparado por  el diecinueve de diciembre de dos mil dieciséis en relación a Televisa.

⁶³ Las autoridades de competencia del Reino Unido también han sostenido que el servicio de TV Abierta Comercial y el servicio de TV Restringida se encuentran en mercados separados. Ver: http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/market_invest_paytv/annexes/an13.pdf, página 5.

Existen ciertas características similares entre los servicios OTT y el STAR, sin embargo actualmente no se consideran sustitutos por la existencia de diferencias significativas, principalmente, en su disponibilidad y costos de acceso para los usuarios finales, como se describe a continuación.

Para acceder a los servicios de OTT, se necesita contar con un acceso a Internet de banda ancha, ya que sólo a través de esta infraestructura se puede tener acceso a los servicios. Lo anterior, tiene dos implicaciones para los usuarios; i) se necesita contratar y pagar mensualmente por el servicio de acceso a Internet de banda ancha; y ii) actualmente, no son comparables los niveles de disponibilidad entre ambos servicios, debido principalmente a la baja penetración de la infraestructura de banda ancha en México, por lo que estos servicios no están disponibles para toda la población.

En relación con el inciso "i" del párrafo anterior, la necesidad de pagar una renta mensual por el acceso a banda ancha y pagar una renta mensual para tener acceso a los servicios de OTT, eleva considerablemente el precio en relación con el STAR.

Por su parte, de acuerdo con la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH)⁶⁴ 2016, el 22.65% (veintidós punto sesenta y cinco) de los hogares en México tiene una conexión a Internet de banda ancha fija. Respecto al STAR, éste tiene una presencia mayor, por ejemplo, el STAR en su segmento satelital, tiene cobertura en todo el territorio mexicano, por lo que se puede acceder en cualquier parte de la República Mexicana. Lo anterior, significa que la población que actualmente puede utilizar los servicios de contenido OTT en México es menor a la que puede recibir el STAR.

Debido a los bajos niveles de penetración del servicio de acceso a Internet de banda ancha, el mercado mexicano de contenidos OTT se encuentra en una etapa incipiente.

Asimismo, se considera que en la actualidad, los servicios de OTT no son una alternativa viable para ser distribuidos a una audiencia masiva, en especial en áreas que no son densamente pobladas.

Por el lado de los anunciantes, si bien es cierto que la principal fuente de ingresos del STAR no es la publicidad, por la penetración y potencial audiencia, los anunciantes no considerarían como alternativa los servicios de OTT al STAR.

Por las razones antes expuestas, no se considera que en la actualidad los servicios de OTT en México puedan ser considerados como sustitutos del STAR.

⁶⁴ Disponible en: <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/regulares/dutih/2016/>

6.2.2. Dimensión geográfica

Conforme al artículo 58, fracciones II a V, de la LFCE, se tienen las siguientes consideraciones.

Los proveedores del STAR deben contar con título de concesión para poder prestar el servicio en un área geográfica determinada dentro del territorio nacional. Así, los agentes económicos pueden prestar los servicios concesionados en las localidades de su interés, previa autorización de la autoridad. Por el lado de la demanda, no se identifica que existan restricciones normativas para que las audiencias o anunciantes puedan contratar los servicios correspondientes al STAR con los agentes económicos que presten el servicio.

Como se ha precisado, el área de cobertura de un proveedor de STAR está delimitada principalmente por su título de concesión, la plataforma tecnológica (satelital o fija) y la infraestructura instalada por cada uno de los operadores.

Los usuarios del STAR sólo pueden acudir a los proveedores que tengan las autorizaciones y medios físicos necesarios para prestar el servicio en la zona en donde se encuentre ubicado su domicilio, el cual en el corto plazo se puede considerar como fijo. De esta manera si los suscriptores observaran que en una zona geográfica un concesionario que provee el STAR ofrece un servicio en mejores condiciones de precio o contenidos, la única forma en que podrían acudir a este mercado sería cambiando su lugar de residencia. En este sentido, las probabilidades de que un usuario acuda a otros mercados para abastecerse de los servicios ofrecidos por otros concesionarios del STAR son muy bajos.

No obstante, en resoluciones recientes, el Instituto ha identificado que las plataformas satelitales tienen cobertura y ofertas homogéneas en todo el territorio nacional. Esta oferta homogénea de la plataforma satelital establece una referencia en las ofertas comerciales del STAR para los prestadores del STAR en el segmento fijo o cableado, quienes ajustan sus ofertas de STAR a tarifas y paquetes (i.e. conjuntos de canales de programación) similares a los ofrecidos por plataformas satelitales.⁶⁵ De tal forma que aunque el número de operadores varíe entre localidades, los operadores de plataformas satelitales que realizan ofertas nacionales, tienen la capacidad de incidir en las condiciones en las que se comercializa el STAR en el territorio nacional.

⁶⁵ Resolución del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones en el expediente R.A.141/2016, en relación con lo ordenado en la Ejecutoria dictada en el amparo 1675/2015 por el Primer Tribunal Colegiado de Circuito en materia Administrativa especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones, con residencia en la Ciudad de México y jurisdicción en toda la República. Versión pública disponible en: http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdolia/versionpublica/cepift240217104_1.pdf.

Con fundamento en lo expuesto anteriormente, y considerando que Sky México ofrece sus servicios a nivel nacional, para efectos de la presente Resolución, en términos de competencia económica, se considera la evaluación del STAR en sus dos segmentos, satelital y fijo o cableado, con una dimensión geográfica nacional, esta definición es consistente con las actuaciones recientes del Instituto.⁶⁶

Conforme a la información antes presentada, se determinó lo siguiente:

- El análisis de riesgos generados por la Operación se realiza en dos mercados:
 - a) El mercado relevante de la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR, en las diferentes categorías de Canales Básicos, así como los Canales Premium; y
 - b) El mercado relacionado de provisión del STAR.
- Se identificó que los canales de programación que son licenciados a los proveedores de STAR pueden ser Canales Básicos y Canales Premium; asimismo, los Canales Restringidos básicos pueden subdividirse en diversas categorías programáticas Entretenimiento, Infantil, Películas, Deportes, Cultural, Música y Noticias.
- El mercado de provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR se analizará con un ámbito geográfico a nivel nacional.
- El mercado de provisión del STAR se evalúa bajo una dimensión geográfica a nivel del territorio nacional.

Ahora bien, en virtud de que el presente análisis tiene como objeto identificar los efectos que derivan directamente de la Operación en los mercados relevantes y/o relacionados, respecto del agente económico resultante y relacionados; se estima que, en caso de identificar riesgos a nivel de servicios relevantes, es decir, a nivel agregado y sin determinar si los Canales Básicos y los Canales Premium pertenecen a mercados relevantes distintos, un análisis más desagregado no cambiaría las conclusiones y, en su caso, mostraría que los riesgos asociados a la Operación serían aún mayores en los mismos. Ello es así, en virtud de que los agentes económicos involucrados participan tanto en el segmento de Canales Básicos como en el de Canales Premium y la naturaleza de las preocupaciones en materia

⁶⁶ Como puede corroborarse en los DATOS Relevantes de la Resolución emitida por el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones en el expediente AI/DC-001-2014; publicados en el DOF el catorce de marzo de dos mil diecisiete, disponibles en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/ocuerdoliga/pift240217104datosrelevantes.pdf>

de competencia económica en dichos segmentos es la misma, como se detallará más adelante.

Lo anterior, resulta consistente, a *contrario sensu*,⁶⁷ con el siguiente criterio adoptado por el Instituto: *Si bajo el análisis de los mercados más estrechos se descartan afectaciones a la competencia y libre concurrencia, es posible concluir que la Operación no implicará afectaciones a la competencia y libre concurrencia en mercados con definiciones más amplias. Lo anterior, pues al considerar definiciones más amplias de la dimensión producto de los mercados analizados, las participaciones de mercado de las Partes serán menores que las participaciones que alcancen al considerar definiciones más estrechas.*⁶⁸

Cabe señalar que en el análisis ex ante de concentraciones, el Instituto goza de plenas atribuciones para decidir cuestiones técnicas, por lo que dispone de un razonable margen de apreciación, el cual debe ejercer de forma motivada.⁶⁹

En el mismo sentido, independientemente de la categorías programáticas o el tipo de canal (básico o Premium), el titular de los derechos de los contenidos tendrá un mayor poder de negociación entre mayor nivel de audiencia posean sus contenidos; y los proveedores del STAR tendrán mayor poder de negociación entre mayor sea su base de suscriptores.

De esta manera, se procede a analizar los siguientes mercados:

- a) El mercado relevante de la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR a nivel nacional, en las diferentes categorías de Canales Básicos, así como los Canales Premium, y
- b) El mercado relacionado de provisión del STAR a nivel nacional.

6.3. Competidores, poder de mercado y grado de concentración en los mercados relevante y relacionado

En esta sección se analizan los mercados, relevante y relacionado, en los que se identificó que la concentración genera riesgos a la competencia económica y a

⁶⁷ La aplicación de este criterio tiene sustento en la siguiente tesis: JUEZ DE DISTRITO. PUEDE INVOCAR PRECEPTOS LEGALES A CONTRARIO SENSU, PARA APOYAR SUS RESOLUCIONES. Localización: (TA); 9a. Época; T.C.C.; S.J.F. y su Gaceta; Tomo XXIII, Febrero de 2006; Pág. 1827. III.2o.C.18 K. Registro No. 175910.

⁶⁸ Ver Resoluciones emitidas mediante acuerdos de Pleno P/IFT/201015/152 (disponible en: http://apps.ift.org.mx/publicdata/Version_Publica_UCE_P_IFI_EXT_201015_152.pdf, Página 26) y P/IFT/030914/268 (disponible en: http://apps.ift.org.mx/publicdata/P_IFI_030914_268_Version_Publica_UCE.pdf, Página 8).

⁶⁹ Resultan aplicables al caso, las siguientes tesis de rubro: CONTROL JUDICIAL DE LOS ACTOS DE ELEVADA COMPLEJIDAD TÉCNICA EMITIDOS POR EL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES. SUS LÍMITES Y CARACTERÍSTICAS. Localización: (TA); 10a. Época; T.C.C.; Gaceta S.J.F.; Libro 40, Marzo de 2017; Tomo IV; Pág. 2638. I.1o.A.E.206 A (10a.). Registro No. 2013920. y COMPETENCIA ECONÓMICA. EN TÉRMINOS DE LA LEY FEDERAL RELATIVA ABROGADA, LAS CONCENTRACIONES REQUIEREN DE UN ANÁLISIS EX ANTE PARA SU AUTORIZACIÓN. Localización: (TA); 10a. Época; T.C.C.; Gaceta S.J.F.; Libro 40, Marzo de 2017; Tomo IV; Pág. 2638. I.1o.A.E.206 A (10a.). Registro No. 2013920.

la libre concurrencia, en términos de lo establecido en la fracción II del Artículo 63 de la LFCE

"Artículo 63. Para determinar si la concentración no debe ser autorizada o debe ser sancionada en los términos de esta Ley, se considerarán los siguientes elementos:

(...)

- II. La identificación de los principales agentes económicos que abastecen el mercado de que se trate, el análisis de su poder en el mercado relevante, de acuerdo con esta Ley, el grado de concentración en dicho mercado;*

(...)"

En concordancia con la fracción II del Artículo 63, el Artículo 59 de la LFCE, establece los criterios que se transcriben a continuación.

"Artículo 59. Para determinar si uno o varios Agentes Económicos tienen poder sustancial en el mercado relevante, o bien, para resolver sobre condiciones de competencia, competencia efectiva, existencia de poder sustancial en el mercado relevante u otras cuestiones relativas al proceso de competencia o libre concurrencia a que hacen referencia ésta u otras Leyes, reglamentos o disposiciones administrativas, deberán considerarse los siguientes elementos:

- I. Su participación en dicho mercado y si pueden fijar precios o restringir el abasto en el mercado relevante por sí mismos, sin que los agentes competidores puedan, actual o potencialmente, contrarrestar dicho poder. Para determinar la participación de mercado, la Comisión podrá tener en cuenta indicadores de ventas, número de clientes, capacidad productiva, así como cualquier otro factor que considere pertinente;*
- II. La existencia de barreras a la entrada y los elementos que previsiblemente puedan alterar tanto dichas barreras como la oferta de otros competidores;*
- III. La existencia y poder de sus competidores;*
- IV. Las posibilidades de acceso del o de los Agentes Económicos y sus competidores a fuentes de insumos;*
- V. El comportamiento reciente del o los Agentes Económicos que participan en dicho mercado, y*
- VI. Los demás que se establezcan en las Disposiciones Regulatorias, así como los criterios técnicos que para tal efecto emita la Comisión."*

En la parte que sigue se analizan los elementos establecidos por el artículo antes referido.

Artículo 59, fracción I, de la LFCE

"(...)

I. Su participación en dicho mercado y si pueden fijar precios o restringir el abasto en el mercado relevante por sí mismos, sin que los agentes competidores puedan, actual o potencialmente, contrarrestar dicho poder. Para determinar la participación de mercado, la Comisión podrá tener en cuenta indicadores de ventas, número de clientes, capacidad productiva, así como cualquier otro factor que considere pertinente;

"(...)"

Provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR

De acuerdo con la información proporcionada por las Partes, se identifica que en la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR participan los siguientes agentes económicos con las participaciones que se presentan en el Cuadro 7.

Cuadro 7. Participaciones en la provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales por categoría programática en el año 2016 (enero-diciembre)

Proveedor y licenciante	Canales Básicos						Canales Premium
	(E)	(I)	(P)	(C)	(M)	(N)	
Time Warner	Información clasificada como confidencial.						
Propios (Turner y HBO LAG)	Información clasificada como confidencial.						

70 Según la información proporcionada por las Partes, los únicos Canales Premium con share de audiencia positivo son los que se presentan a continuación.

ex.
Información clasificada como confidencial.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por las Partes.

Proveedor y licenciante	Canales Básicos							Canales Premium ²⁰
	(E)	(I)	(P)	(C)	(M)	(N)	(D)	
Terceros (HBO LAG) NBC A&E Sony	Información clasificada como confidencial.							
GIETV								
Disney/ESPN								
Fox								
Discovery								
Viacom								
MVS								
Megacable/PCTV								
AMC Networks								
Multimedias								
Maria Visión								
Fórmula								
Imagen								
Antena								
BBC								
(E)=Entretención, (I)=Infantil, (P)=Películas, (C)=Cultural, (M)=Música, (N)=Noticias y (D)=Deportes. Fuente: Elaboración propia a partir de información entregada por las Partes y de información pública de los sitios web de los proveedores.								

Se observa que los canales provistos por Time Warner y aquellos provistos por el GIETV, ocupan el primer o segundo lugar en términos de *share* en las categorías programáticas de Entretención y Películas. Respecto a la categoría Infantil, Time Warner ocupa la segunda posición, siendo sólo superado por Fox. Asimismo, se observa que en la categoría programática Cultural, los canales licenciados por HBO LAG, propiedad de terceros, ocupan la segunda posición detrás de aquellos provistos por Discovery.

En la categoría de Noticias, Time Warner ocupa la tercera posición. Sin embargo, considerando que los canales CNN en Español, CNN Internacional y Headline News se tratan de canales de noticias internacionales; este agente, según la información de las Partes, tendría cerca del [REDACTED] de la audiencia de ese tipo de contenido en México. Considerando la información de las Partes, Time Warner, a través de HBO LAG, también tendría cerca del [REDACTED] de audiencia en la categoría de Canales Premium.

Respecto a la categoría programática Música, se observa que los canales provistos por Time Warner tienen una participación no significativa, cercana al [REDACTED]. En esta categoría es el GIETV el que tiene la mayor participación con un [REDACTED].

Las participaciones conjuntas de Time Warner y el GIETV en las categorías programáticas en las que ambos licencian Canales Restringidos con audiencia positiva serían de [REDACTED] en Entretenimiento, [REDACTED] en Infantil y de [REDACTED] en Películas. En caso de considerar los canales de terceros licenciados por HBO LAG, las participaciones conjuntas de Time Warner y AT&T en Entretenimiento y Películas se elevarían hasta [REDACTED] y [REDACTED] respectivamente.

La importancia relativa de cada categoría programática para los usuarios del STAR, y por lo tanto para los proveedores de STAR, puede estimarse a partir del *share* de audiencia de cada uno de los Canales que las conforma. Los niveles de *share* de audiencia para las categorías programáticas identificadas, se presentan en el Cuadro 8.

Cuadro 8. Importancia relativa de las categorías programáticas (con y sin Canales Radiodifundidos)

	Tv Abierta	(E)	(I)	(P)	(C)	(D)	(M)	(N)	Premium
Con Canales Radiodifundidos	Información clasificada como confidencial.								
Sin Canales Radiodifundidos	[REDACTED]								

(E)=Entretenimiento, (I)=Infantil, (P)=Películas, (C)=Cultural, (M)=Música, (N)=Noticias y (D)=Deportes.
Fuente: Elaboración propio con información proporcionada por las Partes.

Si bien, los Canales Básicos más vistos en la televisión restringida son los de la categoría TV Abierta, éstos no se consideran parte del mercado relevante de la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a

proveedores de STAR a nivel nacional, en las diferentes categorías de Canales Básicos, así como los Canales Premium. Como se ha precisado, los canales de TV Abierta se encuentran sujetos a disposiciones legales que permiten su retransmisión en forma no discriminatoria:

- a) Por las obligaciones de *Must Carry* y *Must Offer*, los Canales Radiodifundidos están disponibles para ser retransmitidos por los proveedores del STAR de forma gratuita, dentro de la misma zona de cobertura geográfica; o a nivel nacional por los proveedores STAR vía satélite en el caso de las señales radiodifundidas que cubran el 50% (cincuenta por ciento) o más del territorio nacional.⁷¹
- b) En el caso particular de los Canales Radiodifundidos del Agente Económico Preponderante en el Sector de Radiodifusión (AEPR) o los que coincidan en más de un 50% (cincuenta por ciento) con esos canales, aplica una disposición específica. Si el AEPR ofrece esos canales, de forma empaquetada, a filiales, subsidiarias, empresas relacionadas o terceros, en alguna plataforma tecnológica distinta a la de televisión radiodifundida, éste también deberá ofrecerlos, de forma desagregada, a terceros en condiciones no discriminatorias para su uso en las mismas plataformas.⁷²

Además, el acceso a determinados Canales Radiodifundidos podrían ser objeto de acuerdos de provisión y licenciamiento entre los titulares de sus derechos de autor y concesionarios de STAR fuera de las zonas geográficas en donde están sujetos a las obligaciones de *Must Carry* y *Must Offer*. A la fecha, no se cuenta con datos para medir participaciones de mercado, toda vez que en todo caso podrían ocurrir hasta en dimensiones locales. No obstante, se prevé que esta información no modificaría substancialmente el análisis de la Operación, toda vez que el único agente económico que participa en la provisión y licenciamiento de estos canales es el GIETV, quien con la información disponible ya se identifica que tiene una participación significativa en la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR a nivel nacional, en las diferentes categorías de Canales Básicos.

⁷¹ Artículos 164 y 165 de la LFTR, así como artículos 4 y 11 de "Lineamientos generales en relación con lo dispuesto por la fracción I del artículo octavo transitorio del decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los Artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones". Disponible en:

http://www.ift.org.mx/sites/default/files/lineamientos_mc_mo aislados_vf1.pdf.

⁷² Cláusula Décima Novena de las "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". Disponibles en:

http://www.ift.org.mx/sites/default/files/anexo_1_medidas_2014-2017_aep_radiodifusion.pdf.

Por lo anterior, el análisis de efectos en la provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales a proveedores STAR se llevó a cabo sólo con respecto a los Canales Restringidos.

Con base en el análisis realizado por este Instituto, se observa que en las distintas categorías:

- 1) Aún en la misma categoría, los canales ofrecen programas distintos que tienen el objetivo de maximizar la penetración en las preferencias de los usuarios, lo que resulta en un alto grado de diferenciación entre cada uno de ellos. Por esa razón, los canales de programación con un grado de posicionamiento significativo en la misma categoría, como la que tienen los canales de Time Warner en las categorías identificadas, son considerados por los proveedores del STAR como necesarios para sus ofertas programáticas.
- 2) Al mismo tiempo, el empaquetamiento de canales refuerza y acrecienta la condición de que esos canales son imprescindibles para los proveedores del STAR; pues la falta de contratación de uno de esos canales implicaría dejar de contratar un conjunto de canales, entre los que se incluirían varios con elevado posicionamiento. La falta de contratación de un paquete con varios canales necesarios afectaría la capacidad de competir por parte de los proveedores del STAR que no cuenten con ese paquete.⁷³
- 3) Sin considerar la distribución que HBO LAG lleva a cabo de canales de terceros, AT&T/Time Warner tiene una participación significativa en términos de *share* de audiencia, de entre [REDACTED] y [REDACTED] en tres de las cuatro categorías programáticas de Canales Restringidos más importantes: Entretenimiento, Infantil y Películas; así como, según información de las Partes, [REDACTED] en canales de noticias [REDACTED] y cerca del [REDACTED] en Canales Premium.

La participación de AT&T/Time Warner en las categorías de Entretenimiento, Infantil, Películas, Premium y noticias internacionales, aún sin los canales que HBO LAG distribuye de terceros, y valorando el elevado grado de diferenciación existente entre los distintos canales de programación y su empaquetamiento, así como la existencia de barreras a la entrada y a la expansión existentes, se considera importante para considerar que AT&T/Time Warner tendría la capacidad para discriminar en precios, términos y condiciones en la provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales a un segmento de prestadores del STAR, distintos a Sky México e integrantes del GIETV.

⁷³ De acuerdo con respuestas presentadas a los requerimientos de información a terceros.

Al respecto, se recibieron comentarios de proveedores de STAR señalando que en caso de no contar con los canales de programación y paquetes de canales identificados, las consecuencias para su negocio serían cancelaciones de suscripciones, lo que se traduciría en pérdidas inmediatas para esas empresas.

Asimismo, esos proveedores señalaron, en general, que en el caso hipotético de que el proveedor correspondiente de los canales y/o paquetes de canales que consideran más importantes, entre los cuales identifican los paquetes básicos de Turner y de HBO, subiera su precio entre un 5% (cinco por ciento) al 10% (diez por ciento) de su costo, no cambiarían a otro canal o paquete, ya que desde su punto de vista no existen alternativas a esos canales.⁷⁴

4) Al considerar las actividades de distribución que HBO LAG lleva a cabo de canales de terceros en México, la participación de AT&T/Time Warner se incrementaría de manera importante, a [REDACTED] [REDACTED] y [REDACTED] en las cuatro categorías programáticas de Canales Restringidos más importantes: Entretenimiento, Infantil, Películas y Cultural, respectivamente. En Canales Premium, Time Warner continuaría con el [REDACTED] y en canales de noticias [REDACTED] aunque Time Warner sería el [REDACTED] oferente de noticias internacionales. Lo anterior, haría más elevada la participación de mercado de Time Warner, lo que se reflejaría en un mayor posicionamiento y capacidad de ese agente para discriminar en precios y otros términos y condiciones de provisión y licenciamiento de paquetes de canales a prestadores del STAR, con excepción del GIETV.

HBO LAG distribuye canales de Time Warner y canales de terceros (NBC, Sony y A&E) y los empaqueta para formar una oferta programática conjunta (paquetes Básico y Premium). HBO LAG lleva a cabo negociaciones con los proveedores del STAR considerando esos paquetes de canales y, en general, no implementa una negociación por canal⁷⁵; de tal manera que el precio o tarifa negociada con cada cliente es única para cada paquete. Por lo anterior, además de los elementos descritos con anterioridad, el análisis de la concentración entre AT&T y Time Warner requiere considerar la participación de HBO LAG en la distribución de canales de terceros.

⁷⁴ En general, entre los canales más valiosos identificados por los proveedores se encuentran: Las Estrellas, De Película, Banda Max, TDN, Warner Channel, TNT, Sony, History, ESPN, Disney, Nickelodeon, Fox Sports, Azteca 13 y Discovery. Respecto a los paquetes de canales más valiosos los más mencionados son los básicos de Televisa, Turner, HBO, Fox, Disney y PCTV.

⁷⁵ De acuerdo con contratos entregados por las Partes y respuestas de los requerimientos de información a terceros.

- 5) Se observa que una vez realizada la Operación, la participación conjunta AT&T y el GIETV, socios en Sky México, sería considerable en las categorías programáticas Entretenimiento, Infantil y Películas, en las que actualmente Time Warner y el GIETV coinciden como competidores, ubicándose en [REDACTED] en Entretenimiento, [REDACTED] en Infantil y [REDACTED] en Películas. En caso de considerar los canales de terceros licenciados por HBO LAG para calcular la participación de Time Warner, las referidas participaciones serían de [REDACTED] en el caso de Entretenimiento; [REDACTED] en Infantil, y de [REDACTED] en el caso de Películas.

La participación de AT&T/Time Warner y del GIETV, considerando el elevado grado de diferenciación existente entre los distintos canales de programación y su empaquetamiento, la existencia de barreras a la entrada y a la expansión existentes, y considerando la asociación que existe entre AT&T y el GIETV en Sky México, facilitan la coordinación entre AT&T/Time Warner y del GIETV en la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales.

Esa situación refuerza los incentivos de AT&T/Time Warner para discriminar en precios, términos y condiciones en la provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales a prestadores del STAR competidores del GIETV.

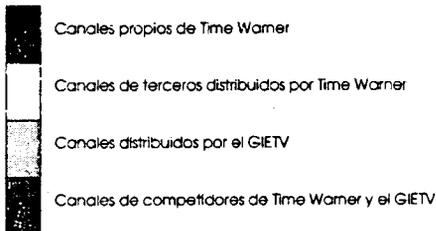
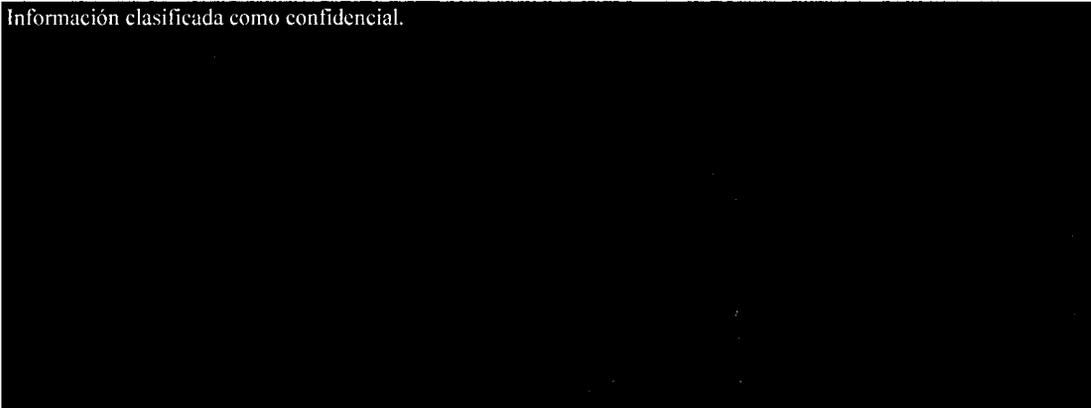
- 6) En el caso del GIETV, se observa que este agente económico tiene el posicionamiento suficiente en el STAR, aproximadamente el 61% (sesenta y uno por ciento) de los usuarios a nivel nacional (incluyendo a Sky México y sus concesionarias que prestan servicios fijos), para evitar que AT&T/Time Warner le pueda imponer términos y condiciones en la provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales.

A.2) Todas las categorías de canales.

También se observa que Time Warner cuenta actualmente con un importante poder de negociación, gracias al número de Canales Restringidos, bien posicionados en las preferencias de las audiencias, para los que sus subsidiarias otorgan licencias y a que dichos canales pertenecen a categorías programáticas variadas.

En la Figura 5 se identifica la participación en términos de audiencia de los 50 principales Canales Restringidos:

Figura 5. Canales Restringidos más vistos en 2016.



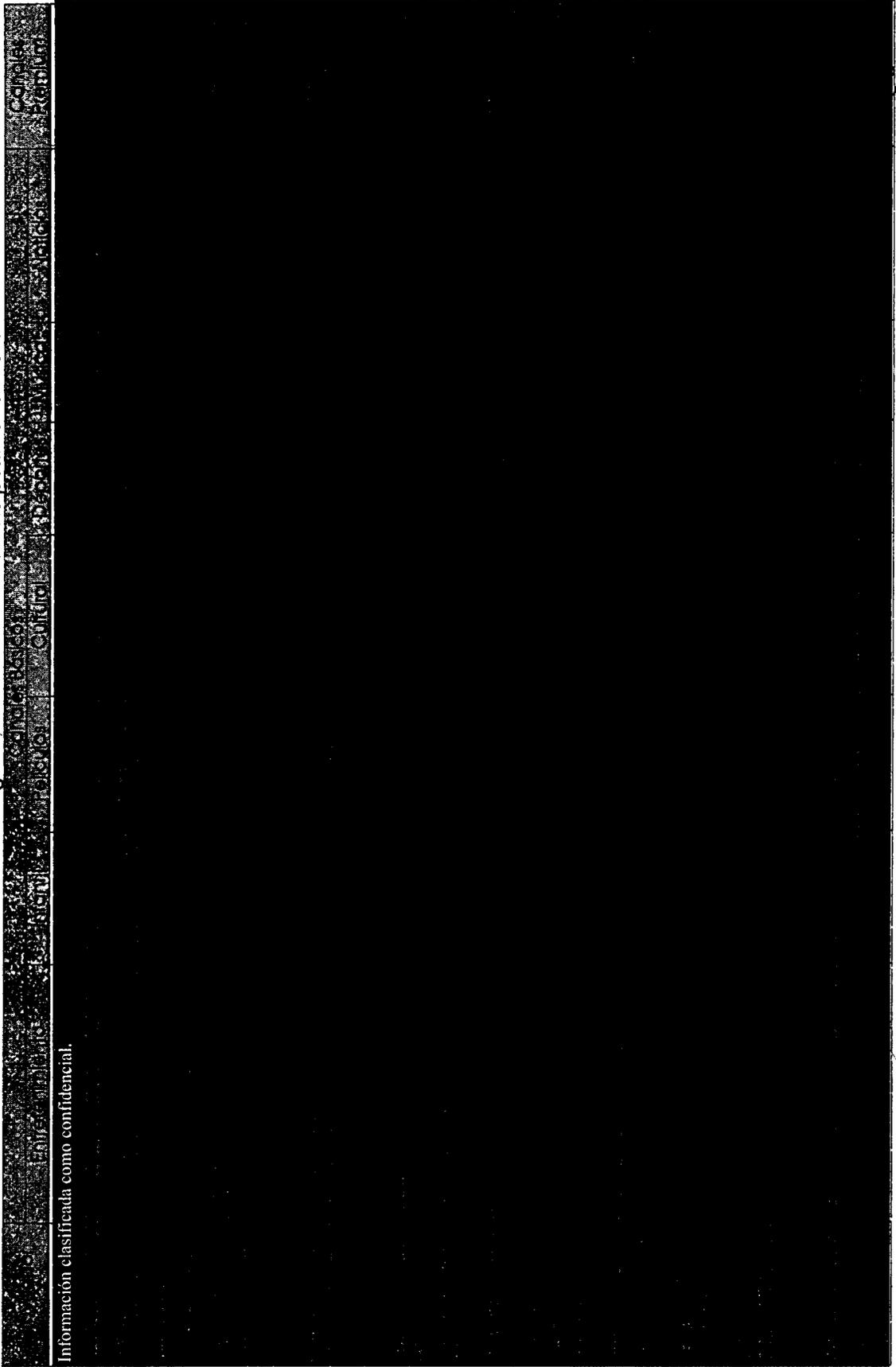
Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por las Partes.

Nota: Se consideran 50 Canales Restringidos de 95 identificados con *share* de audiencia positivo.

De acuerdo con lo ya expuesto, para tener una oferta competitiva, un proveedor de STAR debe contar con canales y contenidos de diversos géneros y temáticas para atender la diversidad de preferencias programáticas de las audiencias. Es decir, su oferta por lo menos debe contar con canales en todas las categorías programáticas identificadas. Como referencia, el Cuadro 9 presenta el número de Canales Restringidos con *share* de audiencia positivo, agrupados por categoría programática y por proveedor.

(ESPACIO INTENCIONALMENTE EN BLANCO)

Cuadro 9. Canales Restringidos con share de audiencia positivo* en 2016.

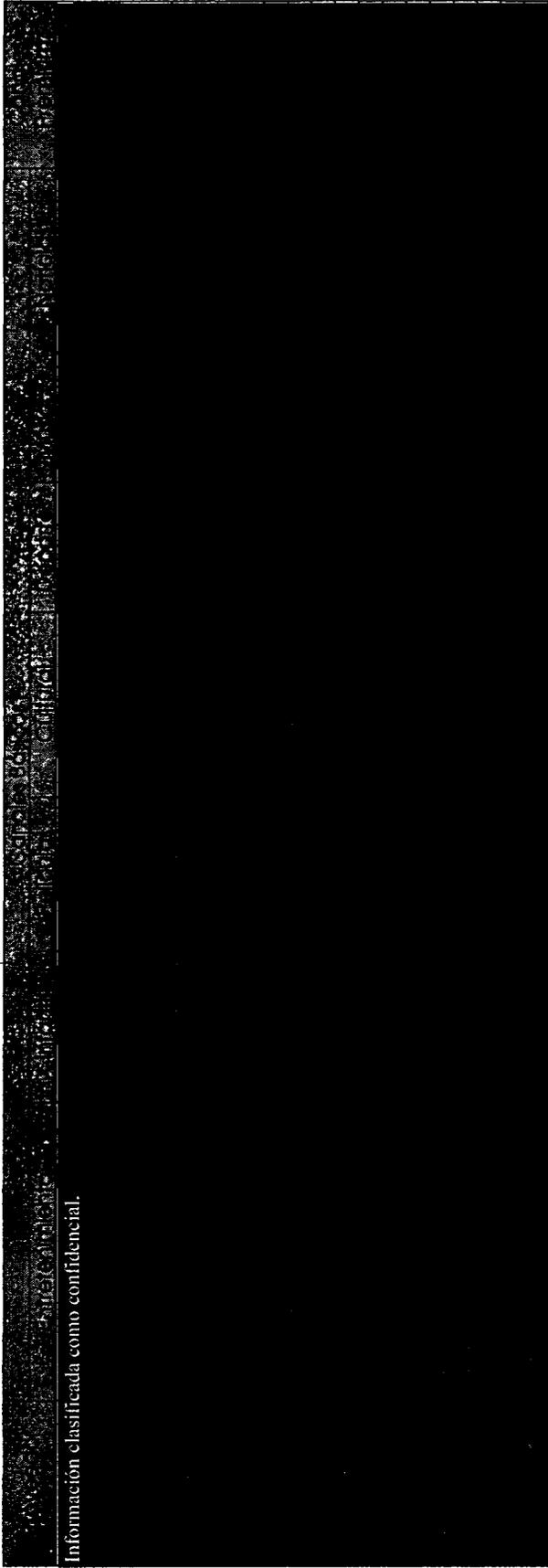


Información clasificada como confidencial.

Handwritten marks on the left side of the page, including a large '3' and a checkmark-like symbol.

Handwritten mark on the right side of the page, resembling a stylized 'S' or '5'.

[Handwritten signature]



Información clasificada como confidencial.

* En el presente documento se considera que un canal de programación tiene *share* audiencia positivo cuando de acuerdo con la información proporcionada por las Partes se observa que su *share* es mayor al 0.00% (cero punto cero por ciento), en caso de que la información proporcionada por las Partes indique que un canal tiene *share* de 0.00% (cero punto cero por ciento), puede que este valor se haya obtenido de un redondeo a centésimas de punto porcentual, la participación de dichos canales pudiera ser menor al 0.005% (cero punto cero cinco por ciento) pero no necesariamente de 0% (cero por ciento); en cualquier caso dicha participación sería marginal.

Fuente: Elaboración propia con base en información proporcionada por las Partes.

[Handwritten mark]

Al respecto, se observa que Time Warner y el GIETV son los dos grupos de proveedores que, además de contar con el mayor número de Canales Restringidos con *share* de audiencia positivo, éstos se ubican en el mayor número de categorías programáticas, [REDACTED] en el caso de Time Warner ([REDACTED] si no se consideran los canales de terceros licenciados por HBO LAG) y [REDACTED] en el del GIETV. Los siguen Fox y Viacom con [REDACTED] géneros.

En el Cuadro 10 se presentan las participaciones, calculadas con base en el *share* de audiencia durante los meses de enero a diciembre de 2016, de Time Warner, GIETV y sus competidores en la provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales para proveedores STAR, considerando todas las categorías.

Cuadro 10. Participaciones en la provisión y licenciamiento de Canales Restringidos

Proveedor	2016	2017
Información clasificada como confidencial.		

Fuente: Elaboración propia a partir de información entregada por las Partes y de información pública de los sitios web de los proveedores.

Al respecto:

- 1) La participación de Time Warner, sin considerar los canales de terceros licenciados por HBO LAG en la provisión y licenciamiento de Canales

Restringidos es de [REDACTED] y los canales correspondientes se ubican en [REDACTED] categorías.

- 2) En caso de tomar en cuenta los canales de terceros licenciados por HBO LAG, la participación de Time Warner en la provisión y licenciamiento de Canales Restringidos es de [REDACTED] y sus canales con *share* de audiencia positivo se ubican en [REDACTED] categorías distintas.
- 3) La participación del GIETV respecto a la audiencia de sus Canales Restringidos es de [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] los canales correspondientes, con *share* de audiencia positivo, se ubican en [REDACTED] categorías programáticas.
- 4) Como se ilustra en la Figura 6, únicamente seis de los proveedores de Canales Restringidos identificados otorgan licencias para canales que en conjunto sobrepasan el 5% (cinco por ciento) del *share* de audiencia respecto a los Canales Restringidos, siendo Time Warner el grupo con la mayor participación en los años dos mil catorce, dos mil quince y dos mil dieciséis.

Figura 6. Share de audiencia de los Canales Restringidos

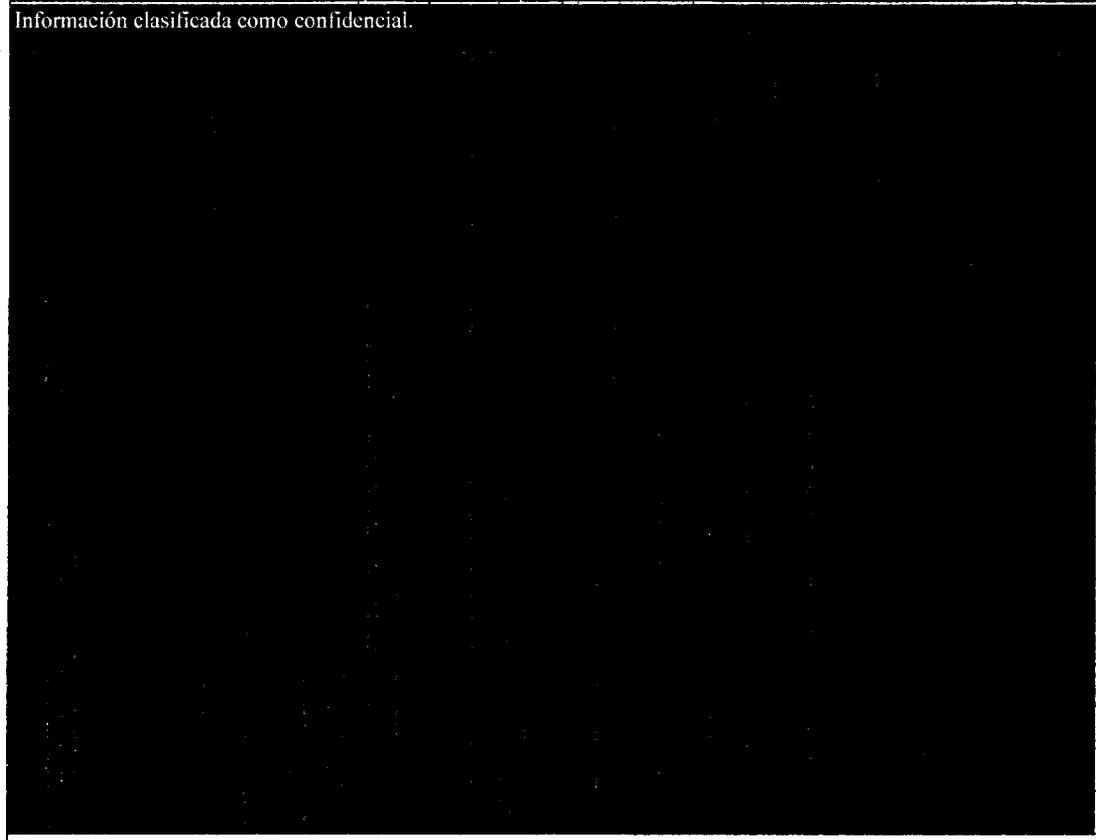


Fuente: Elaboración propia a partir de información presentada por las Partes.

Asimismo, respecto al número de Canales Restringidos con *share* de audiencia positivo, licenciados por los distintos proveedores de canales, se observa que de acuerdo con datos del año dos mil dieciséis, Time Warner, con y sin los canales de terceros que HBO LAG distribuye, es el agente económico que más canales licencia, seguido por el GIETV, como puede verse en el Cuadro 11.⁷⁶

Cuadro 11. Número de Canales Restringidos con *share* de audiencia positivo licenciados por los distintos proveedores de canales identificados

Información clasificada como confidencial.



Nota: (C)=Cultural, (D)=Deportes, (E)=Entretenimiento, (I)=Infantil, (M)=Música, (N)=Noticias, (P)=Películas y (Pr)=Premium.
Fuente: Elaboración propia a partir de información presentada por las Partes para el año 2016.

⁷⁶ Para más información sobre el número y el nombre de los Canales Restringidos licenciados por cada proveedor, consultar el Cuadro 9.

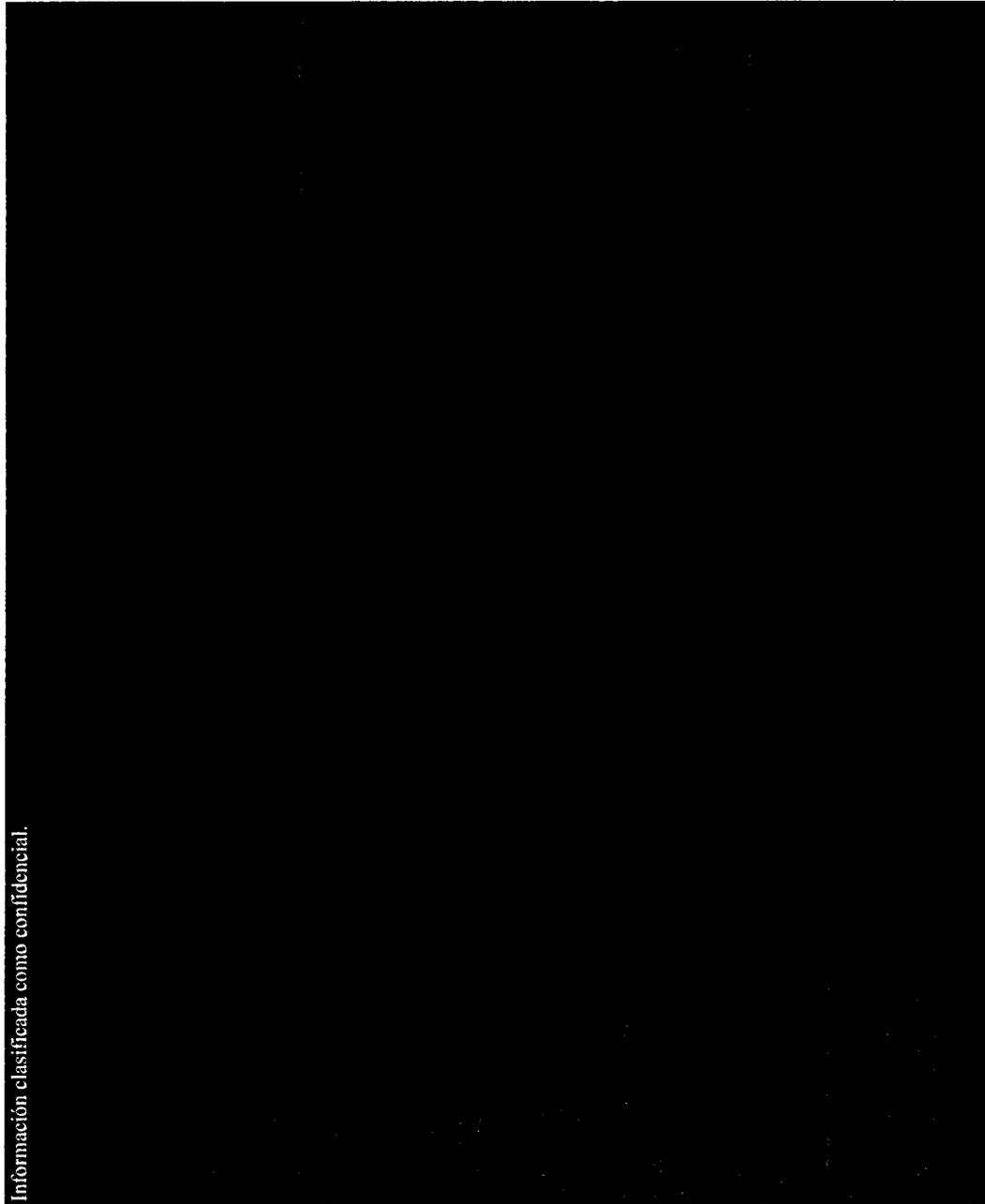
- 5) Considerando los puntos 1 a 4 anteriores, se observa que a raíz del número de canales licenciados y número de categorías de los mismos, Time Warner y el GIETV cuentan con poder de negociación toda vez que son los grupos que más canales y categorías ofrecen. Ningún otro grupo se les compara en ese aspecto. Asimismo, la audiencia de los canales de Time Warner es elevada, ocupando ésta el segundo lugar cuando no se considera a los canales de terceros licenciados por HBO LAG y el primero cuando si se les considera; en los casos supuestos el GIETV ocuparía el segundo y primer lugar, respectivamente.

Se observa que Time Warner y el GIETV son los dos grupos de proveedores que, además de contar con el mayor número de Canales Restringidos con share de audiencia positivo, éstos se ubican en el mayor número de categorías programáticas, [REDACTED] en el caso de Time Warner [REDACTED] si se consideran los canales de terceros licenciados por HBO LAG) y [REDACTED] en el del GIETV. Los siguen Fox y Viacom con [REDACTED] géneros.

Al respecto, las Figuras 7 a 9 representan los niveles y tendencias de precios por suscriptor de los tres canales más vistos licenciados por Time Warner (TNT, Cartoon Network y Space) estimados por las Partes para distintos proveedores del STAR. Lo anterior, puede tomarse como un indicio más de lo señalado en el párrafo anterior, toda vez, que se observa que para ciertos proveedores del STAR como [REDACTED] [REDACTED] se cobran precios por suscriptor considerablemente más elevados en comparación a los que son cobrados a operadores como [REDACTED]

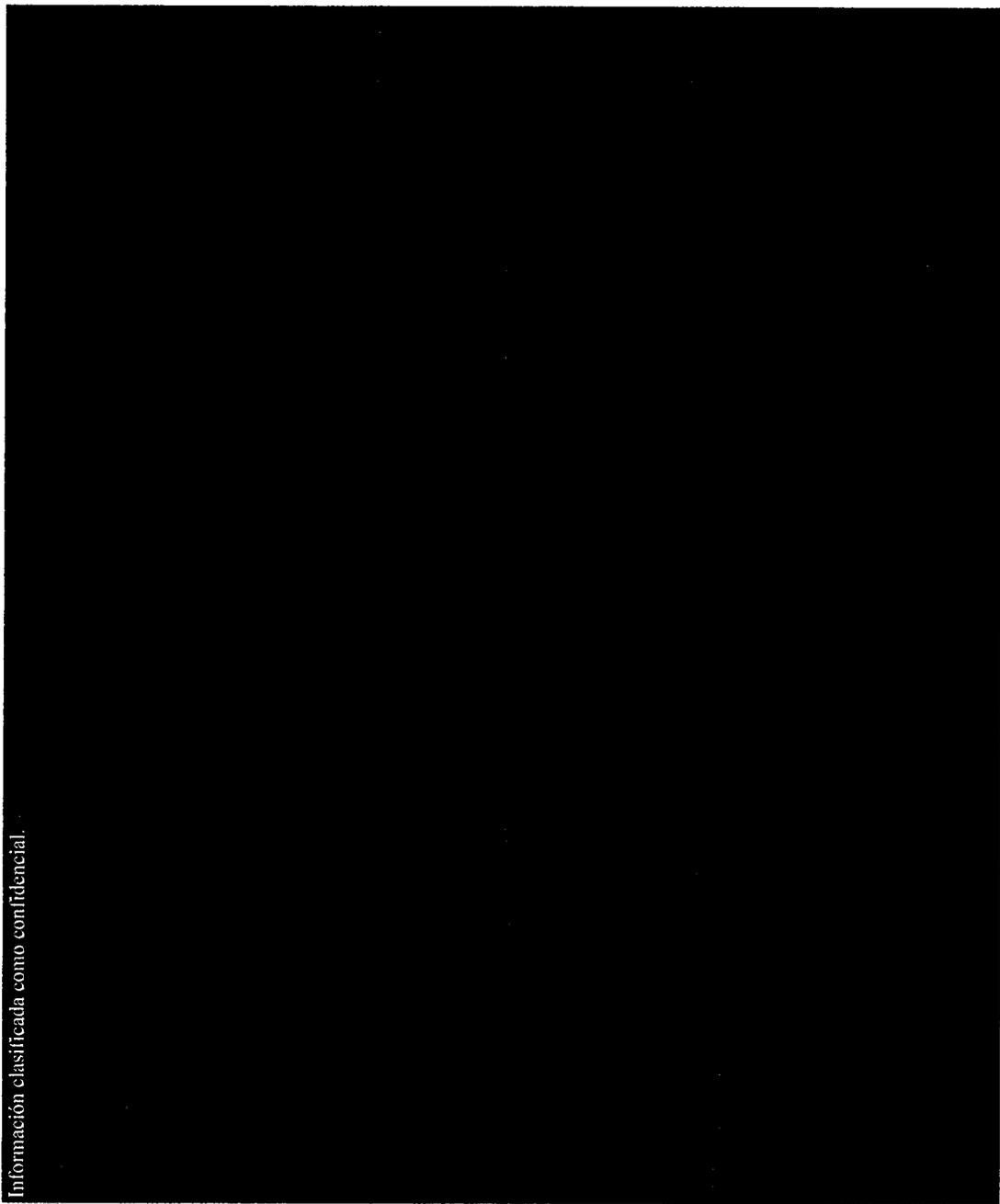
(ESPACIO INTENCIONALMENTE EN BLANCO)

Figura 7. Precios por suscriptor para el canal TNT



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por las Partes.

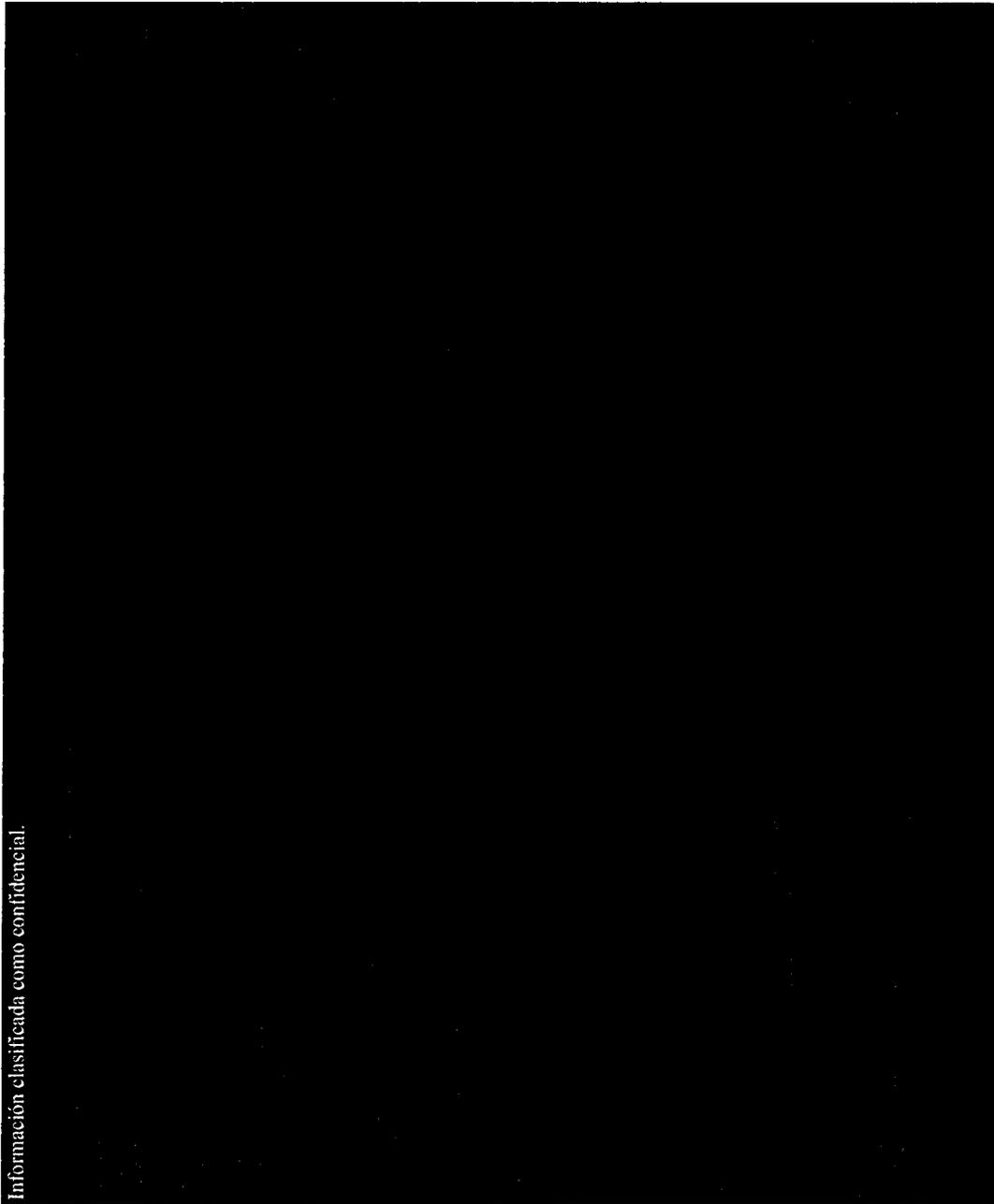
Figura 8. Precios por suscriptor para el canal Cartoon Network



Información clasificada como confidencial.

Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por las Partes.

Figura 9. Precios por suscriptor para el canal Space



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por las Partes.

Información recibida de proveedores del STAR

En relación a la fracción I del artículo 59, se toman como elementos de análisis adicionales los comentarios realizados por clientes proveedores de STAR en respuesta a los requerimientos de información a terceros. Dichos proveedores de STAR pueden estar presentes en una sola localidad, o prestarlo hasta con cobertura nacional.

Los canales de programación o paquetes de canales que se ofertan como "básicos" tienen una mayor distribución que aquellos comercializados como "premium" toda vez que se observa la existencia de proveedores que no ofrecen este último tipo de canales.

Al respecto, los proveedores de STAR identifican que los canales licenciados como básicos son más demandados por los suscriptores, aun cuando su programación consiste en contenidos en tercera ventana, esto es que, primero pasan por cines, después en canales premium y, por último, en canales básicos de televisión de paga.

En relación a los canales o paquetes Premium, los proveedores de STAR los identifican como a aquellos que incluyen programación especial, estrenos, sin cortes comerciales, o programas especializados, de acuerdo a gustos y preferencias de la audiencia. Entre los canales Premium se ubican aquellos que ofrecen contenido en segunda ventana, es decir, que una vez que fueron exhibidos en cines, transmiten contenido por primera vez en el STAR, y aquellos que transmiten contenido específico y restringido, como deportes y eventos en vivo y contenido para adultos.

Entre los canales más valiosos identificados por los proveedores se encuentran: Las Estrellas, De Película, Banda Max, TDN, Warner Channel, TNT, Sony, History, ESPN, Disney, Nickelodeon, Fox Sports, Azteca 13 y Discovery. Respecto a los paquetes de canales más valiosos los más mencionados son los básicos de Televisa, Turner, HBO, Fox, Disney y PCTV.

El impacto en precios al usuario final de los canales y/o paquetes identificados es fundamental, puesto que son los principales para conformar una oferta para la provisión del STAR. Es importante señalar que se identificó que algunos de ellos se comercializan en dólares.

Se recibieron comentarios de proveedores de STAR señalando que en caso de no contar con los canales de programación y paquetes de canales identificados las consecuencias para su negocio serían cancelaciones de suscripciones, lo que se traduciría en pérdidas inmediatas a esas empresas.

Al respecto, en el caso hipotético de que el proveedor correspondiente de esos canales y/o paquetes de canales subiera su precio entre un 5% (cinco por ciento)

al 10% (diez por ciento) de su costo, en su mayoría los proveedores de STAR coinciden en que no cambiarían a otro canal o paquete, ya que desde su punto de vista no existen sustitutos a esos canales. Lo anterior, los obligaría a elevar el precio de sus servicios o a eliminar canales de su oferta, lo que se traduciría en pérdidas por cancelación de suscriptores.

Entre los principales obstáculos a los que se enfrentan los proveedores de STAR en la adquisición de canales de televisión fueron señalados aquellos consistentes en solicitudes de una garantía mínima de suscriptores (muchas veces alejada de la realidad), precios para canales o paquetes de canales fijados en dólares y, en general, la imposición de condiciones específicas en los contratos por parte de los proveedores. En algunos casos también se identifican restricciones tecnológicas, por ejemplo, la necesidad de distribuir aparatos decodificadores entre sus usuarios para poder transmitir contenidos en formato digital o establecer restricciones al acceso a los contenidos Premium.

La forma en la que los proveedores de STAR deciden qué Contenidos Audiovisuales se incluyen en su oferta a usuarios finales y en la que determinan en qué paquete se incluye cada canal o contenido particular, es determinada por condiciones impuestas por los proveedores o a partir de estudios de mercado y de competencia, que hacen uso de herramientas como encuestas entre suscriptores actuales o potenciales. En este sentido, los proveedores de STAR buscan conformar sus ofertas ya sea de canales básicos o Premium de acuerdo con los requerimientos específicos de sus usuarios finales. Un factor importante al momento de montar sus ofertas es la adquisición de contenidos sin rebasar el presupuesto del que disponen.

Artículo 59, fracción II, de la LFCE

(...)

- II. La existencia de barreras a la entrada y los elementos que previsiblemente puedan alterar tanto dichas barreras como la oferta de otros competidores;

(...)"

En relación con el precepto antes citado, el artículo 7 de las Disposiciones Regulatorias establece diversos elementos que pueden considerarse como barreras a la entrada, los cuales se transcriben a continuación.

"Artículo 7. Para efectos de la fracción II del artículo 59 de la Ley, pueden considerarse como barreras a la entrada, entre otras, las siguientes:

- I. Los costos financieros, los costos de desarrollar canales alternativos y el acceso limitado al financiamiento, a la tecnología o a canales de distribución eficientes;

- II. *El monto, la indivisibilidad y el plazo de recuperación de la inversión requerida, así como la ausencia o escasa viabilidad de usos alternativos de infraestructura y equipo;*
- III. *La necesidad de contar con concesiones, licencias, permisos o cualquier clase de autorización o título habilitante expedido por Autoridad Pública, así como con derechos de uso o explotación protegidos por la legislación en materia de propiedad intelectual e industrial;*
- IV. *La inversión en publicidad requerida para que una marca o nombre comercial adquiera una presencia de mercado que le permita competir con marcas o nombres establecidos;*
- V. *Las limitaciones a la competencia en los mercados internacionales;*
- VI. *Las restricciones constituidas por prácticas realizadas por los Agentes Económicos establecidos en el mercado relevante, y*
- VII. *Los actos de cualquier Autoridad Pública o disposiciones jurídicas que discriminen en el otorgamiento de estímulos, subsidios, acceso o apoyos a ciertos productores, comercializadores, distribuidores o prestadores de servicios."*

A continuación se presenta el análisis de los elementos que pueden considerarse barreras a la entrada, de conformidad con el artículo 7 de las Disposiciones Regulatorias.

"Artículo 7. Para efectos de la fracción II del artículo 59 de la Ley, pueden considerarse como barreras a la entrada, entre otras, las siguientes:

- I. Los costos financieros, los costos de desarrollar canales alternativos y el acceso limitado al financiamiento, a la tecnología o a canales de distribución eficientes;"*

Los operadores que pretenden prestar el servicio de provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR enfrentan altos costos de inversión, destinados a desarrollar infraestructura de operaciones, envío de señales vía satélite, para la adquisición de contenidos audiovisuales, posicionamiento de su marca y, entre otras cosas, contratación de personal con experiencia en programación y horarios, así como en labores de ventas.

Al respecto, de acuerdo con las Partes, en la experiencia de Time Warner como proveedor de canales en varios mercados alrededor del mundo, incluyendo México, los costos de establecer un nuevo canal de televisión en México se encuentran entre [REDACTED] para financiar el licenciamiento de contenidos, personal, gastos generales, y administrativos y CAPEX. De acuerdo con las Partes, lo anterior equivale a la inversión máxima requerida para financiar pérdidas acumuladas antes de que el flujo de caja operativo sea positivo.

En el caso de un agente económico que participe por primera vez en la provisión y licenciamiento de Canales Restringidos, deberá acudir a fuentes de financiamiento para desplegar su infraestructura y alcanzar una escala eficiente. Cuando una empresa enfrenta altos costos suele recurrir a diversas formas de financiamiento, por ejemplo, reinversión de sus utilidades, préstamos en el sistema financiero, emisión de deuda o alguna de las combinaciones anteriores.

Al respecto, una empresa ya establecida en el mercado y con trayectoria podría tener más facilidades de acceso a financiamiento en caso de necesitarlo, debido a que enfrenta menos incertidumbre, dado que cuenta con el conocimiento del mercado y una base de suscriptores suficiente que pueden asegurar utilidades para los inversionistas, más aun si forma parte de un grupo de interés económico solvente.

En cambio, una empresa que busque entrar al mercado enfrentaría mayores dificultades para tener acceso al financiamiento, debido a la incertidumbre sobre el éxito del negocio. Por ejemplo, se le cuestiona si alcanzará la masa crítica de clientes y suscriptores que le permita ser rentable, debido a las presiones competitivas de las empresas ya establecidas. Estos factores podrían limitar la obtención de montos de financiamiento para el ingreso de nuevas empresas, por lo que contribuyen a incrementar su costo financiero. En este sentido, los costos financieros pueden constituir una barrera a la entrada.

"Artículo 7. Para efectos de la fracción II del artículo 59 de la Ley, pueden considerarse como barreras a la entrada, entre otras, las siguientes:

(...)

II. El monto, la indivisibilidad y el plazo de recuperación de la inversión requerida, así como la ausencia o escasa viabilidad de usos alternativos de infraestructura y equipo;"

Las empresas que participen por primera vez en la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales requieren incurrir en una inversión inicial alta. Además, los operadores deben alcanzar una escala mínima que les permita cubrir las inversiones realizadas, lo cual constituye una barrera a la entrada.

Al respecto, los costos por la producción de contenidos por parte de HBO y Turner, para el año 2016, alcanzaron el 18.74% (dieciocho punto cuarenta y siete por ciento) y 27.38% (veintisiete punto treinta y ocho por ciento) de los ingresos totales obtenidos, respectivamente, por esas sociedades (5,890 y 11,364 millones de dólares, respectivamente).⁷⁷

⁷⁷ Fuente: Reporte Anual de Time Warner Inc. para el año fiscal finalizado el 31 de diciembre de 2016. Disponible en:

<http://ir.timewarner.com/phoenix.zhtml?c=70972&p=irol-sec&secCat01.1 rs=1&secCat01.1 rc=10&control searchbox=&control year=2017&control selectgroup=0>

Una parte de esa inversión también se debe destinar a la compra de contenidos a terceros, para complementar los contenidos producidos por la empresa entrante. Se identifica que HBO y Turner, para el año 2016, adquirieron contenidos de terceros, cuyos costos representaron el 18.18% (dieciocho punto dieciocho por ciento) y 7.71% (siete punto setenta y uno por ciento), respectivamente, de los ingresos totales obtenidos por esas sociedades.⁷⁸

Como se puede observar, el porcentaje que representa producir contenidos o adquirirlos de terceros, son significativos y representan un elevado porcentaje, respecto de los ingresos que se generan por proveer canales de contenidos a los prestadores de STAR.

Las Partes señalan que con base en la experiencia de Time Warner, la cantidad mínima de ventas que una empresa requeriría para comenzar a obtener beneficios con un margen aceptable sería de entre [REDACTED] al año, asimismo señalan que para obtener esos márgenes una empresa podría tardar 4 (cuatro) o 5 (cinco) años.

En un mercado como el analizado, en el que hay empresas con una posición sólida, como Televisa, Time Warner, Fox y otras, las posibilidades de un ingreso rentable, dados los niveles de inversión requerida podrían ser limitadas.

Por otro lado, los contratos de los derechos de contenidos que se adquieren estipulan el uso que se puede hacer de los mismos dentro de cierto horizonte temporal, por lo tanto, los usos alternativos de los mismos no son viables.

"Artículo 7. Para efectos de la fracción II del artículo 59 de la Ley, pueden considerarse como barreras a la entrada, entre otras, las siguientes:

(...)

III. La necesidad de contar con concesiones, licencias, permisos o cualquier clase de autorización o título habilitante expedido por Autoridad Pública, así como con derechos de uso o explotación protegidos por la legislación en materia de propiedad intelectual e industrial;"

No se identifica que los participantes en la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales tengan que contar con concesiones, licencias, permisos o cualquier clase de autorización o título habilitante expedido por la Autoridad Pública que represente barreras significativas a la entrada de nuevos competidores.

⁷⁸ Idem.

El sector de Contenidos Audiovisuales, al cual pertenece el mercado analizado, implica la producción, la concesión de licencias mayoristas y la distribución minorista de obras artísticas protegidas por derechos de propiedad intelectual.

Time Warner es uno de los principales creadores, propietarios y distribuidores de propiedad intelectual del mundo, que incluyen derechos de autor en películas, programas de televisión, software, cómics y aplicaciones móviles; marcas registradas en nombres, logotipos y personajes; patentes o solicitudes de patentes para invenciones relacionadas con productos y servicios; y licencias de derechos de propiedad intelectual de diversos tipos.

Time Warner obtiene valor de estos activos a través de sus actividades comerciales. Para proteger la propiedad intelectual, esa compañía recurre a una combinación de derechos de autor, marcas, patentes, secretos comerciales y acuerdos de licencia.

De acuerdo con la Ley Federal de Derechos de Autor, se reconocen como tales los establecidos en el artículo 13 de dicha ley, los cuales se clasifican en las siguientes ramas: Literaria; Musical, con o sin letra; Dramática; Danza; Pictórica o de dibujo; Escultórica y de carácter plástico; Caricatura e historieta; Arquitectónica; Cinematográfica y demás obras audiovisuales; Programas de radio y televisión; Programas de cómputo; Fotográfica; Obras de arte aplicado que incluyen el diseño gráfico o textil; y De compilación, integrada por las colecciones de obras. Las demás obras que por analogía puedan considerarse obras literarias o artísticas se incluirán en la rama que les sea más afín a su naturaleza. Al respecto, el artículo 29 establece que los derechos patrimoniales estarán vigentes durante la vida del autor y, a partir de su muerte, cien años más. Cuando la obra le pertenezca a varios coautores los cien años se contarán a partir de la muerte del último, y cien años después de divulgadas

El alcance de la protección del derecho de autor y el beneficio de las leyes que prohíben la elusión de las medidas tecnológicas de protección varían de un país a otro.

Al respecto, nuevos competidores en este mercado, se enfrentan a barreras a la entrada de este tipo y, por lo tanto, no pueden competir con las empresas ya establecidas en estos ámbitos.

"Artículo 7. Para efectos de la fracción II del artículo 59 de la Ley, pueden considerarse como barreras a la entrada, entre otras, las siguientes:

(...)

IV. La inversión en publicidad requerida para que una marca o nombre comercial adquiera una presencia de mercado que le permita competir con marcas o nombres establecidos;"

Una empresa que pretenda lanzar una nueva oferta de Canales Restringidos requiere invertir en publicidad a fin de dar a conocer sus canales a una masa crítica de suscriptores de STAR que le permita lograr viabilidad económica. La oferta de los prestadores del STAR se conforma de productos con variedad de señales, precios, temáticas, servicios y productos de valor agregado para abarcar nichos de mercado, y para atraer consumidores con gustos homogéneos y heterogéneos. Por tal razón, la inversión en publicidad de un proveedor de canales es necesaria para que la empresa informe a los consumidores finales sobre su servicio.

La inversión en publicidad es un costo hundido, pues al decidir salir del mercado, este costo no es recuperable.

Se observa que aún las empresas establecidas con marcas ampliamente reconocidas, tienen que dedicar montos considerables a pagos para la promoción de sus servicios. Tal es el caso de Time Warner; las Partes señalan que en el año dos mil quince dicha empresa destinó [REDACTED] a gastos de *marketing* y publicidad en medios de terceros, mientras que para el año dos mil dieciséis destinó [REDACTED] para el mismo fin.

Así pues, en los mercados como los analizados, en los que hay empresas con una posición sólida, como Televisa, Time Warner, Fox y otras, y en el que por lo tanto la entrada se llevaría a cabo bajo condiciones de incertidumbre. Este último elemento y la característica de costo hundido, indican que la inversión en publicidad constituye una barrera a la entrada.

"Artículo 7. Para efectos de la fracción II del artículo 59 de la Ley, pueden considerarse como barreras a la entrada, entre otras, las siguientes:

(...)

V. Las limitaciones a la competencia en los mercados internacionales;"

De la información aportada por las Partes y de aquella con la que cuenta este Instituto, no se identifica que existan limitaciones a la competencia en los mercados internacionales que puedan traducirse en barreras a la entrada en el territorio nacional.

"Artículo 7. Para efectos de la fracción II del artículo 59 de la Ley, pueden considerarse como barreras a la entrada, entre otras, las siguientes:

(...)

VI. Las restricciones constituidas por prácticas realizadas por los Agentes Económicos establecidos en el mercado relevante,"

De la información aportada por las Partes y de la que cuenta este Instituto, no se identifica que actualmente existan prácticas realizadas por los agentes

económicos establecidos en los mercados analizados que impidan la entrada a nuevos competidores.

"Artículo 7. Para efectos de la fracción II del artículo 59 de la Ley, pueden considerarse como barreras a la entrada, entre otras, las siguientes:

(...)

VII. Los actos de cualquier Autoridad Pública o disposiciones jurídicas que discriminen en el otorgamiento de estímulos, subsidios, acceso o apoyos a ciertos productores, comercializadores, distribuidores o prestadores de servicios."

Al respecto, no se tienen elementos que supongan la existencia de actos de autoridades federales, estatales o municipales que discriminen en el otorgamiento de estímulos, subsidios o apoyos a ciertos proveedores y licenciantes de Canales Restringidos.

De lo expuesto en la presente sección de barreras a la entrada, se concluye que un agente económico que pretenda entrar al mercado de provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales para proveedores de STAR y posicionarse de tal manera que tenga la capacidad de competir con las empresas establecidas, enfrentaría barreras a la entrada.

Las barreras a la entrada que se identifican son las siguientes: i) los altos costos de inversión, destinados, entre otras cosas, a la producción o adquisición de Contenidos Audiovisuales; ii) la incertidumbre de penetrar con éxito en las preferencias de los usuarios pone en riesgo la recuperación de la inversión que se hace de cada programa; iii) las marcas y derechos de propiedad intelectual sobre los personajes, programas y canales, que evitan su uso por parte de otros agentes económicos y obligan a nuevos entrantes a desembolsar fuertes recursos para contar con un portafolio competitivo; iv) la contratación de talento en cada una de las fases de producción y programación; v) el desarrollo de infraestructura necesaria para llevar a cabo operaciones: instalación y acondicionamiento de estudios, vi) la inversión en publicidad y vii) los costos de distribución que requieren la contratación de capacidad satelital para llevar los Contenidos Audiovisuales a una escala internacional.

Artículo 59, fracción III, de la LFCE

"(...)

"III. La existencia y poder de sus competidores;"

El Cuadro 12 presenta el número de canales con *share* de audiencia positivo, así como a cuánto asciende este valor respecto a los proveedores de Canales Restringidos en el año 2016.

Cuadro 12. Principales proveedores de Canales Restringidos en 2016 por categoría programática

Proveedor y licenciante	Canales Básicos						Canales Premium
	(E)	(I)	(P)	(C)	(M)	(N)	
Información clasificada como confidencial.							
Notas: (E)=Entretenimiento, (I)=Infantil, (P)=Películas, (C)=Cultural, (M)=Música, (N)=Noticias y (D)=Deportes. Se resaltan las participaciones más altas por categoría. Fuente: Elaboración propia a partir de información presentada por las Partes.							

Se observa que los canales provistos por Time Warner y el GIETV enfrentan la competencia de pocos agentes económicos en la provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales:

- a) En la categoría de Entretenimiento, Time Warner tiene una participación de [REDACTED] en caso de no considerar la distribución de canales de terceros por parte de HBO LAG, y de [REDACTED] en caso de considerar la distribución

de esos canales. Por su parte, en esta categoría el GIETV tiene una participación del [REDACTED]

Sólo otro agente económico competidor tiene una participación superior a [REDACTED] Fox con el [REDACTED].

- b) En la categoría de Infantil, Time Warner tiene una participación de [REDACTED], mientras que la participación del GIETV es de [REDACTED].

Sólo 1 (un) agente económico competidor tiene una participación superior a [REDACTED]: Disney/ESPN [REDACTED].

- c) En la categoría de Películas, Time Warner tiene una participación de [REDACTED], en caso de no considerar la distribución de canales de terceros por parte de HBO LAG, y de [REDACTED], en caso de considerar la distribución de esos canales. La participación del GIETV en esta categoría es del [REDACTED].

En esta categoría, ningún otro agente económico competidor tiene una participación superior a [REDACTED].

- d) En la categoría de Cultural, Time Warner tiene una participación de [REDACTED], en caso de considerar la distribución de canales de terceros por parte de HBO LAG.

Sólo 2 (dos) agentes económicos competidores tienen una participación superior a [REDACTED]: Discovery [REDACTED].

- e) En la categoría Noticias, Time Warner ocupa el tercer lugar, con un [REDACTED]; no obstante, éste es el [REDACTED] agente que otorga licencias para canales de noticias internacionales con *share* de audiencia positivo.
- f) Respecto a los Canales Premium, se observa que [REDACTED] de participación calculada por audiencia es atribuible a Time Warner.
- g) En la categoría Música, los canales de Time Warner (HTV y MuchMusic) tienen un *share* de audiencia cercano al [REDACTED] mientras que los del GIETV acumulan una participación del [REDACTED].

Considerando el número limitado de competidores, el alto grado de diferenciación y el empaquetamiento de canales, así como la existencia de barreras a la entrada

y a la expansión existentes, la participación de AT&T/Time Warner en las categorías de Entretenimiento, Infantil, Películas, noticias internacionales y Premium, aún sin los canales que HBO LAG distribuye de terceros, y la participación del GIETV en las categorías Entretenimiento, Películas y Música, se considera importante para concluir que Time Warner tiene la capacidad para discriminar en precios, términos y condiciones en la provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales a un segmento de prestadores del STAR distintos a Sky México e integrantes del GIETV. En caso de actuar de manera coordinada con el GIETV, después de la concentración, se refuerzan los incentivos de AT&T/Time Warner, en caso de actuar de manera coordinada con el GIETV.

La participación de AT&T/Time Warner, con los canales que HBO LAG distribuye de terceros, y valorando el elevado grado de diferenciación existente entre los distintos canales de programación, su empaquetamiento, así como la existencia de barreras a la entrada y a la expansión existentes, haría más elevada la participación de mercado de Time Warner; lo que se reflejaría en un mayor posicionamiento y capacidad de ese agente para discriminar en precios, términos y condiciones en la provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales a un segmento de prestadores del STAR distintos a Sky México e integrantes del GIETV.

También se observa que Time Warner y el GIETV cuentan actualmente con un importante poder de negociación, gracias al número de Canales Restringidos, bien posicionados en las preferencias de las audiencias, para los que sus subsidiarias otorgan licencias y a que dichos canales pertenecen a categorías programáticas variadas.

Artículo 59, fracción IV, de la LFCE

(...)

"IV. Las posibilidades de acceso del o de los Agentes Económicos y sus competidores a fuentes de insumos;"

El principal insumo de los licenciantes de Canales Restringidos son los programas. Este tipo de Contenidos Audiovisuales puede pertenecer a diversos géneros de entretenimiento (películas, deportes, series, eventos en vivo, documentales, telenovelas, etc.) que se crean para su explotación, difusión y visualización a través de plataformas de distribución. En algunos casos, dichos productos pueden ser producidos originalmente para su explotación inicial en otro mercado, como por ejemplo, la exhibición en salas de cine.

Los programas pueden ser adquiridos a través de dos vías:

- Producción propia
- Adquisición de terceros

En ambos casos, existe el riesgo de que los contenidos no sean aceptados por usuarios en el mercado mexicano.

El porcentaje que representa producir contenidos o adquirirlos de terceros, son significativos y representan un elevado porcentaje respecto de los ingresos que se generan por proveer canales de contenidos a los prestadores de STAR. Al respecto, los costos por la producción de contenidos por parte de HBO y Turner, para el año 2016, alcanzaron el 18.74% (dieciocho punto setenta y cuatro por ciento) y 27.38% (veintisiete punto treinta y ocho por ciento) de los ingresos totales obtenidos, respectivamente, por esas sociedades (5,890 (cinco mil ochocientos noventa) y 11,364 (once mil trescientos sesenta y cuatro) millones de dólares, respectivamente.⁷⁹

Una parte de esa inversión también se debe destinar a la compra de contenidos a terceros, para complementar los contenidos producidos por la empresa entrante. Se identifica que HBO y Turner, para el año dos mil dieciséis, adquirieron contenidos de terceros, cuyos costos representaron el 18.18% (dieciocho punto dieciocho por ciento) y 7.71% (siete punto setenta y uno por ciento), respectivamente, de los ingresos totales obtenidos por esas sociedades.⁸⁰

Considerando los altos costos a los que un proveedor y licenciante de canales y paquetes de canales se tiene que enfrentar para producir y/o adquirir contenidos, las Partes señalan que, en el caso de la compra, se puede acudir a proveedores internacionales dedicados al comercio de contenidos de todo tipo de géneros procedentes de todas partes del mundo. También, se puede optar por acudir a mercados locales, que generalmente se dedican a un género concreto. El contenido adquirido puede ser de reciente creación o de catálogo.

Por su parte, la adquisición de contenido en mercados locales generalmente está asociada a productores pequeños o independientes. Las Partes, sin presentar la evidencia y alcance que corresponda, comentan que las innovaciones en las técnicas de producción y la tecnología han permitido a las compañías de producción cinematográfica y de televisión a pequeña escala crear contenidos de mayor calidad que en el pasado, proporcionando así una gama más amplia de fuentes potenciales de contenidos. Adicionalmente, la adquisición de

⁷⁹ Fuente: Reporte Anual de Time Warner Inc., para el año fiscal finalizado el 31 de diciembre de 2016. Disponible en:

http://ir.timewarner.com/phoenix.zhtml?c=70972&p=irol-sec&secCat01.1 rs=1&secCat01.1 rc=10&control.searchbox=&control_year=2017&control_selectgroup=0

⁸⁰ Idem.

Cuadro 14. HBO. Compras de contenido a terceros

Periodo de referencia	Periodo de corte
Información clasificada como confidencial.	
Fuente: Elaboración propia con información presentada por las Partes.	

Algunos elementos adicionales que pueden dificultar la adquisición de contenidos para su distribución a través de Canales Restringidos en México son:

- Algunos programas pueden comercializarse bajo condiciones de exclusividad con todos los derechos reservados en cierto territorio;
- Algunos programas son difíciles de sustituir, ya que los usuarios finales no están dispuestos a intercambiarlos por otros, e incluso estarían dispuestos a cambiar a otro operador que si ofrezca el contenido que demandan.
- Algunos contenidos son producidos por empresas verticalmente integradas, por lo que los mismos pudieran no estar disponibles para terceros; la disponibilidad de los mismos pudiera demorarse o podrían ser negociados en términos poco favorables para los interesados en obtenerlos.

Artículo 59, fracción V, de la LFCE

"(...)

"V. El comportamiento reciente del o los Agentes Económicos que participan en dicho mercado, y "

No se cuenta con información que involucre a las Partes en algún procedimiento para investigar un posible daño al proceso de competencia y libre concurrencia. Asimismo, no se identificaron expedientes o investigaciones actuales en el mercado relevante analizado.

Artículo 59, fracción VI, de la LFCE

"(...)

"VI. Los demás que se establezcan en las Disposiciones Regulatorias, así como los criterios técnicos que para tal efecto emita la Comisión."

En relación con la fracción VI del artículo 59 de la LFCE, el artículo 8 de las Disposiciones Regulatorias establece:

"Artículo 8. Para determinar si uno o varios Agentes Económicos tienen poder sustancial en el mercado relevante, de conformidad con la fracción VI del artículo 59 de la Ley, se pueden considerar, entre otros, los criterios siguientes:

I. El grado de posicionamiento de los bienes o servicios en el mercado relevante;

II. La falta de acceso a importaciones o la existencia de costos elevados de internación, y

III. La existencia de diferenciales elevados en costos que pudieran enfrentar los consumidores al acudir a otros proveedores."

A continuación se evalúan dichos criterios, de conformidad con el artículo 8 de las Disposiciones Regulatorias, en correlación con la fracción VI del artículo 59 de la LFCE.

Fracción I del artículo 8 de las Disposiciones Regulatorias

" Artículo 8. (...)

I. El grado de posicionamiento de los bienes o servicios en el mercado relevante;"

Como se señaló con anterioridad, los Canales Restringidos provistos por Time Warner y aquellos provistos por el GIETV, ocupan el primer o segundo lugar en términos de *share* en las categorías programáticas de Entretenimiento y Películas. Respecto a la categoría Infantil, Time Warner ocupa la segunda posición, siendo sólo superado por Disney; asimismo, se observa que en la categoría programática Cultural, los canales licenciados por HBO LAG ocupan la segunda posición detrás de aquellos provistos por Discovery.

Al respecto, se identificó que Time Warner y el GIETV tienen una participación importante en las cuatro categorías programáticas de Canales Restringidos más importantes.

Por otro lado, se encontró que los canales de Time Warner de Noticias internacionales y Premium acumulan [REDACTED] de participación medida por audiencia, y que respecto a la categoría Música el GIETV ocupa la primera posición.

En el año 2016 el share de audiencia de los Canales Restringidos propiedad de Time Warner fue de [REDACTED] y este porcentaje se eleva a [REDACTED] al considerar los canales de terceros licenciados por HBO LAG. Se identifica la existencia de otro proveedor importante, Televisa con [REDACTED]. Las participaciones de ambos grupos son sustancialmente mayores a las del resto de sus competidores en ese mercado, a tal grado que la suma de las mismas representa más del [REDACTED] del share del mercado cuando se considera a los canales de terceros licenciados por HBO LAG y [REDACTED] en caso de no considerarlos. Esta situación resulta relevante toda vez que existe la posibilidad de que estos grupos pudieran actuar de manera coordinada usando sus participaciones conjuntas en Sky México como vehículo.

Respecto al número de Canales Restringidos con share de audiencia positivo licenciados, en el año 2016, Time Warner fue el grupo que otorgó más licencias, para [REDACTED] canales propios y [REDACTED] canales de terceros a través de HBO LAG, seguido por Televisa con [REDACTED] canales y Fox con [REDACTED]. Los grupos restantes otorgan licencias para [REDACTED] canales o menos.

Fracción II del artículo 8 de las Disposiciones Regulatorias

"Artículo 8. (...)

II. La falta de acceso a importaciones o la existencia de costos elevados de internación, y "

A partir de los datos disponibles se observa que entre los Canales Restringidos más demandados por los usuarios finales se destacan los que son ofertados por empresas en el extranjero como aquellos que son licenciados por Time Warner, Disney y Fox. Las empresas referidas, que otorgan licencias para distribuir sus canales en el territorio nacional, envían sus señales haciendo uso de telepuertos desde donde transmiten sus contenidos a un satélite, luego los proveedores del STAR reciben las señales de canales y las envían a los usuarios finales.

Fracción III del artículo 8 de las Disposiciones Regulatorias

"Artículo 8. (...)

III. La existencia de diferenciales elevados en costos que pudieran enfrentar los consumidores al acudir a otros proveedores."

Respecto a un canal en particular, no puede haber otro con exactamente el mismo contenido.

A partir de la información recabada de los requerimientos de información a terceros, se identifica que desde la percepción de los proveedores de STAR, la salida de un canal de programación o paquete de canales de sus ofertas puede implicar una disminución importante de suscriptores. En particular, las pérdidas pueden ser significativas si en la misma zona de cobertura del proveedor en cuestión existe otro que sí incluya esas señales en su oferta, aún si el costo del STAR competidor es un poco mayor.

Las participaciones en audiencia pueden ser tomadas como un indicador del valor que los canales licenciados tienen para los usuarios finales; en este sentido, se ha identificado que los Canales Restringidos licenciados por Time Warner están muy bien posicionados entre los usuarios finales, al igual que los del GIETV, por lo que la falta de dichos canales solos o en conjunto tiene una probabilidad elevada de generar pérdidas en el número de suscriptores y, por lo tanto, en los ingresos recibidos de los mismos.

Provisión del STAR

De acuerdo con la información del Cuarto Informe Trimestral Estadístico 2016 (CITE 2016) de este Instituto⁸¹, al cierre del año dos mil dieciséis las participaciones en la provisión del STAR a nivel nacional son las que se muestran en el Cuadro 15.

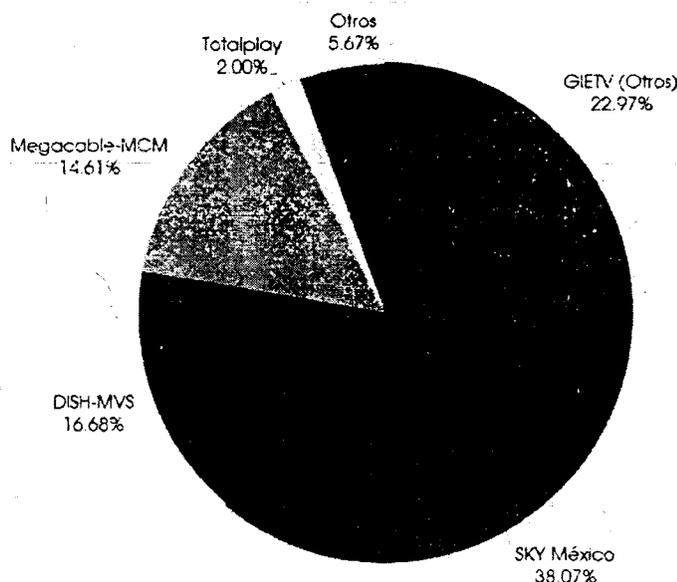
Cuadro 15. Provisión del STAR a nivel nacional, 4T 16

GIETV - Sky México	38.1
GIETV (servicios fijos)	23.0
Cablemás	8.7
Cablevisión	5.1
Televisión Internacional	3.3
Cablevisión Red	3.1
Cablecom	2.8
Dish	16.7
Megacable	14.6
Total Play	2.0%
Otros	5.7%
Fuente: CITE 2016	

⁸¹ Disponible en <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/estadisticas/informetrimestral4q2016.pdf>

A partir de la información presentada en el cuadro anterior, se observa que el GIETV es el grupo con mayor participación en la provisión del STAR a nivel nacional, con aproximadamente el 61% (sesenta y uno por ciento) del total de suscriptores, como se ilustra en la Figura 10.

Figura 10. Participación en la provisión del STAR a nivel nacional.



Nota: GIETV (Otros) se refiere a Cablemás, Cablevisión, Televisión Internacional, Cablevisión Red y Cablecom.

Fuente: Elaboración propia a partir de información de la CiTE 2016.

En segundo lugar se encuentra el grupo Dish-MVS con un 16.68% (dieciséis punto sesenta y ocho por ciento de los abonados, seguido por Megacable con una participación del 14.61% (catorce punto sesenta y uno por ciento); el resto de los suscriptores se encuentra dividido entre proveedores con una participación menor al 2% (dos por ciento).

Poder Sustancial del GIETV en la Provisión del STAR

En relación a la fracción II del artículo 63 de la LFCE se toma como precedente decisorio la *Resolución del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones en el expediente R.A.141/2016, en relación con lo ordenado en la Ejecutoria dictada en el amparo 1675/2015 por el Primer Tribunal Colegiado de Circuito en materia Administrativa especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y*

Telecomunicaciones, con residencia en la Ciudad de México y jurisdicción en toda la República",⁸² resuelta por el Pleno de este Instituto en su VIII Sesión Ordinaria, celebrada el día veinticuatro de febrero de dos mil diecisiete (Resolución de Poder Sustancial). En la Resolución de Poder Sustancial el Pleno de este Instituto resolvió que el GIETV detenta poder sustancial en el mercado de la provisión del STAR a nivel nacional, mediante plataformas con tecnologías satelitales y fijas.

Al respecto, de acuerdo en el numeral 6 de la sección VI.4 de la Resolución de Poder Sustancial, las conclusiones del análisis referido fueron las siguientes:

"6. Conclusiones sobre el análisis de PSM

- i) En el Mercado Relevante del STAR se identifican dos segmentos que se distinguen por el medio o tecnología de transmisión: i) Provisión del STAR mediante la plataforma tecnológica satelital; y ii) Provisión del STAR mediante plataformas fijas. El Mercado Relevante y los dos segmentos que lo integran tienen una dimensión geográfica nacional.
- ii) La oferta del STAR se lleva a cabo mediante paquetes que se conforman de canales de programación de distintos géneros cuya integración tiene por objeto que el contenido programático agregado tenga un valor agregado para las audiencias que les permita atraer y mantener suscriptores frente a sus competidores.

En este sentido en la provisión del STAR se compite con servicios diferenciados, lo que genera beneficios a los consumidores en términos de disponibilidad amplia de variedad de productos. Por lo tanto el número de canales de paquetes no es un indicador adecuado para comparar ofertas de STAR, sino que deben compararse por el valor del contenido programático que agregan los canales que integran cada oferta.

- iii) GTV no enfrenta restricciones competitivas por parte de los consumidores ni de otros proveedores del STAR mediante la plataforma satelital o plataformas fijas.
- iv) La conformación de paquetes con canales de programación de alto valor para las audiencias en cada una de los géneros que se incluyen en su oferta comercial constituye una ventaja sobre sus competidores y limita las posibilidades de cambio de suscriptores de GTV a otros proveedores.

⁸² Versión pública disponible en:
http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliqa/versionpublicaucepift240217104_1.pdf

- v) *La baja cobertura municipal de plataformas fijas y su alto costo para su despliegue respecto a la cobertura de la plataforma satelital y bajo costo para agregar usuarios, limita las posibilidades de cambio de los consumidores de Sky a otros proveedores del STAR.*
- vi) *Los usuarios de plataformas fijas perciben éstas como con mayor valor, debido a la posibilidad que tienen en éstas de acceder a servicios de telecomunicaciones convergentes, respecto a plataformas satelitales, por lo que la sustitución por éstas últimas es asimétrica, es decir, se da con mayor probabilidad en la dirección del servicio de menor valor, en este caso la plataforma satelital, hacia el servicio de mayor valor, en este caso hacia la red fija y no en el sentido contrario. Por tanto, los suscriptores de GTV de sus plataformas fijas enfrentan limitaciones para cambiarse a otros proveedores del STAR de plataforma satelital.*
- vii) *No se identificaron competidores de GTV con capacidad para ejercer restricción competitiva a GTV.*
- viii) *GTV obtiene márgenes de ganancia superiores a sus contrapartes locales e internacionales y en crecimiento.*
- ix) *Un agente económico que pretenda entrar a algún mercado del STAR y posicionarse de tal manera que tenga la capacidad de limitar a un agente con poder sustancial enfrentaría barreras a la entrada significativas de inversión en infraestructura y publicidad.*
- x) *GTV está integrado verticalmente en la producción y distribución de contenidos y provee de contenidos de alto valor para las audiencias a sus competidores. GTV también tiene la capacidad de adquirir derechos sobre la transmisión exclusiva de contenidos audiovisuales, los cuales brindan una ventaja a la oferta del STAR de GTV frente a la de sus competidores.*
- xi) *Existen barreras regulatorias que impiden la prestación del STAR al agente económico con la red fija de mayor cobertura en el país.*

Así, se concluye que GTV tiene PSM relevante de la provisión del STAR mediante la plataforma tecnológica satelital y mediante plataformas fijas."

El Pleno de este Instituto emitió el Acuerdo P/IFT/240217/105⁸³ por medio del cual instruyó a la Unidad de Política Regulatoria a fin de que, en el ámbito de sus

⁸³ Disponible en:

atribuciones, inicie el procedimiento previsto en el artículo 281 de la LFTR,⁸⁴ relativo al establecimiento de obligaciones específicas de un agente económico con poder sustancial. Lo anterior, tomando en consideración el contenido de la resolución referida en párrafos anteriores y demás información que resulte pertinente para que las medidas que, en su caso, se presenten a consideración del Pleno, sean oportunas, razonables, idóneas y pertinentes al momento que sean presentadas.

De esta forma, actualmente el GIETV tiene Poder Sustancial de Mercado (PSM) en la provisión del STAR mediante la plataforma tecnológica satelital (utilizada por Sky México, quien utiliza las marcas Sky y VeTV) y mediante plataformas terrenas (utilizadas por las demás sociedades del GIETV proveedoras del STAR).

SÉPTIMO. EFECTOS DE LA CONCENTRACIÓN EN LOS MERCADOS RELEVANTES Y RELACIONADOS

Las fracciones III y IV del artículo 63 de la LFCE establecen que se considerarán los siguientes elementos para determinar si una concentración no debe ser autorizada.

"Artículo 63. Para determinar si la concentración no debe ser autorizada o debe ser sancionada en los términos de esta Ley, se considerarán los siguientes elementos:

(...)

III. Los efectos de la concentración en el mercado relevante con respecto a los demás competidores y demandantes del bien o servicio, así como en otros mercados y agentes económicos relacionados;

IV. La participación de los involucrados en la concentración en otros agentes económicos y la participación de otros agentes económicos en los involucrados en la concentración, siempre que dichos agentes económicos participen directa o indirectamente en el mercado relevante o en mercados relacionados. Cuando no sea posible identificar dicha participación, esta circunstancia deberá quedar plenamente justificada.

(...)"

En correlación con el artículo 63 de la LFCE, el artículo 64 del mismo ordenamiento establece que se considerarán como indicios de que una concentración es ilícita cuando:

<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliga/piff240217105.pdf>

⁸⁴ Es un hecho notorio para el Instituto que el procedimiento a que hace referencia esta disposición aún no ha iniciado.

"(...)

- I. Confiera o pueda conferir al fusionante, al adquirente o Agente Económico resultante de la concentración, poder sustancial en los términos de esta Ley, o incremente o pueda incrementar dicho poder sustancial, con lo cual se pueda obstaculizar, disminuir, dañar o impedir la libre competencia y la competencia económica;
- II. Tenga o pueda tener por objeto o efecto establecer barreras a la entrada, impedir a terceros el acceso al mercado relevante, a mercados relacionados o a insumos esenciales, o desplazar a otros Agentes Económicos, o
- III. Tenga por objeto o efecto facilitar sustancialmente a los participantes en dicha concentración el ejercicio de conductas prohibidas por esta Ley, y particularmente, de las prácticas monopolísticas." (Énfasis añadido)

Adminiculando ambas disposiciones, el análisis de los efectos de la concentración debe encausarse a identificar si tiene el objeto o el efecto, en los mercados relevantes o relacionados, de conferir o incrementar al Agente Económico resultante de la concentración poder sustancial; establecer barreras a la entrada, impedir a terceros el acceso al mercado relevante, a mercados relacionados o a insumos esenciales, o desplazar a otros Agentes Económicos, o de facilitar sustancialmente a los participantes en la concentración el ejercicio de prácticas monopolísticas.

7.1. Análisis de la fracción I del artículo 64 de la LFCE

Con relación a la fracción I del artículo 64 de la LFCE, no se prevé que la Operación tenga el objeto o el efecto de conferir o incrementar al Agente Económico resultante de la concentración poder sustancial en el mercado relevante. Lo anterior, debido a que, en términos de la sección 5.5.1 de esta Resolución, AT&T tiene participación marginal menor al [REDACTED] en el mercado relevante, y de acuerdo con el cuadro 9, Time Warner tiene una participación de [REDACTED] en el mismo. Por lo que, la Operación no genera un incremento significativo en la capacidad del agente económico resultante de la concentración para fijar precios o restringir el abasto por sí mismo (de manera unilateral). Además, previamente a la concentración, Time Warner, por el lado de la demanda, enfrenta a un cliente con una importante capacidad de compra, que es el GIETV quien, conforme a la Figura 10, tiene una participación acumulada de 61% en la provisión del STAR en México (38.07 que corresponde a Sky México y 22.97% a plataformas terrenas). Al respecto, en términos del artículo 59, para determinar si el agente económico resultante de la concentración tiene poder sustancial en el mercado relevante, o lo incremente o pueda incrementarlo, se deben tomar en consideración si tiene la capacidad de

fijar precios o restringir el abasto en el mercado relevante por sí mismo, lo cual no se configura en el caso evaluado.

La Operación dará lugar a un vínculo entre el agente económico que resulta de la operación, AT&T/Time Warner, y Sky México, que pertenece al GIETV. Este elemento genera los riesgos de: i) facilitar efectos coordinados entre AT&T/Time Warner y el GIETV en los mercados relevante y relacionado (provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores del STAR, y provisión del STAR, respectivamente), y ii) crear incentivos a AT&T/Time Warner para establecer barreras a la entrada e impedir a terceros el acceso a la provisión de Canales Restringidos de Time Warner, así como desplazar a terceros, distintos de Sky México y el GIETV, en el mercado relacionado de provisión del STAR. Estos riesgos se analizan en términos de lo dispuesto en las fracciones II y III del artículo 64 de la LFCE.

7.2. Análisis de la fracción II del artículo 64 de la LFCE

De acuerdo con la información y documentación que obra en el expediente, se tienen elementos que acreditan la existencia de un riesgo de que la Operación tenga o pueda tener por objeto o efecto establecer barreras a la entrada e impedir a terceros el acceso a la provisión de Canales Restringidos de Time Warner, a un segmento de proveedores del STAR, competidores de Sky México y del GIETV; y, en consecuencia, al desplazamiento de esos proveedores en el mercado relacionado de provisión del STAR.

7.2.1. Respecto del agente económico que resulta de la operación

Antes de la Operación, Time Warner ya ostenta una posición significativa en la provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales para STAR, como se identifica en los Cuadros 7 y 10 de esta Resolución.

La Operación permitiría a Time Warner vincular su capacidad en el mercado relevante de provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores STAR con la capacidad de Sky México, donde AT&T tiene una participación del 41.3%, en el mercado relacionado de la provisión del STAR. A este respecto como se señala en el considerando Quinto de esta Resolución:

- a) Es la participación de AT&T en Sky México, proveedor de STAR, lo que genera riesgos en materia de competencia económica.

Si bien la Operación no incrementa la capacidad de Time Warner en la provisión de Canales Restringidos al STAR, al vincularse con Sky México, se presentan riesgos de que se generen incentivos para establecer términos y condiciones discriminatorias con efectos anticompetitivos a favor de Sky México y del GIETV,

y en perjuicio de otros proveedores de STAR. En esa situación, la Operación tiene o pueda tener por objeto o efecto:

- i. Crear incentivos a establecer barreras a la entrada e impedir a terceros el acceso a la provisión de Canales Restringidos de Time Warner, a un segmento de proveedores del STAR competidores de Sky México y del GIETV; y, en consecuencia, al desplazamiento de esos proveedores en el mercado relacionado de provisión del STAR.
- ii. Crear incentivos a establecer barreras a la entrada, impedir a terceros - distintos a Time Warner y proveedores de canales de programación y paquetes de canales pertenecientes al GIETV - el acceso o desplazarlos en el mercado relevante de la provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales a proveedores del STAR.

Lo anterior, debido a que la Operación por la que AT&T adquiere a Time Warner, considerando la asociación de AT&T y el GIETV en Sky México, podría ser utilizado como vehículo de coordinación, lo que generaría en Sky México los incentivos de, por ejemplo, negarse - incluso en forma constructiva⁸⁵- a adquirir Canales Restringidos de proveedores diferentes a Time Warner y el GIETV, o desplazarlos a través de las condiciones (de precio y las no basadas en precio) de compra.

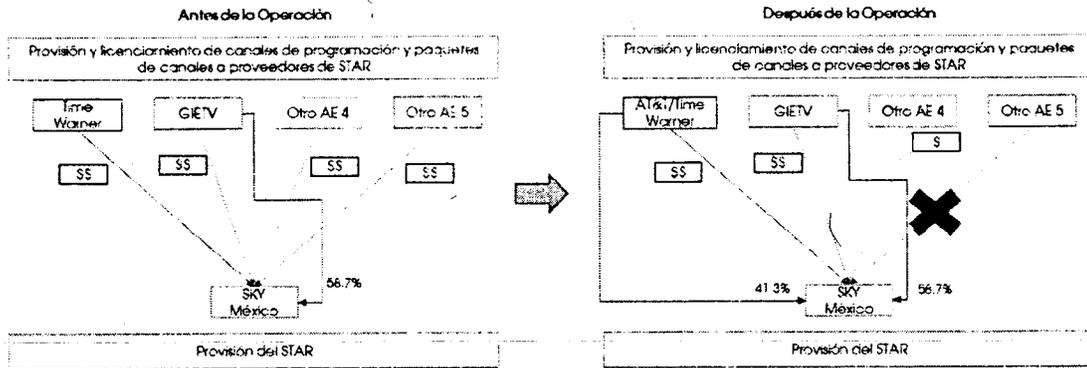
A continuación, se realiza el análisis correspondiente a esos dos elementos.

ii.1) Negativa de compra o discriminación anticompetitiva de los precios, términos y condiciones de compra

La Figura 11 ilustra los posibles efectos de la Operación que generan riesgos de posibles negativas o trato discriminatorio en los precios, términos y condiciones de compra. Estos riesgos están asociados con los incentivos que el agente económico resultante de la concentración tendría debido a su vinculación con Sky México y la asociación con GIETV.

⁸⁵ Una negativa de trato es "constructiva" cuando un agente económico ofrece términos y condiciones de acceso que son inaceptables (i.e. económicamente inviables) para el agente económico solicitante.

Figura 11. Riesgos de negativa o trato discriminatorio en la compra, por parte de Sky México, de Canales Restringidos a terceros distintos de Time Warner y GIETV



La Operación permitiría a AT&T, a través de Time Warner, obtener el control sobre la provisión y licenciamiento de un número significativo de Canales Restringidos en 6 (seis) categorías programáticas (i.e. Entretenimiento, Películas, Infantil, Noticias, Cultura y Premium), como se ilustra en el Cuadro 10 de esta Resolución.

Con base en la información proporcionada por las Partes, se calculó que en dos mil dieciséis los Canales Restringidos de Time Warner acumularon el [REDACTED] de la audiencia, que aumenta a [REDACTED] si se consideran los canales de terceros licenciados por HBO LAG.

AT&T no tiene el control de Sky México y actuando de manera unilateral, su participación minoritaria no sería suficiente para obligar a Sky México a realizar conductas que constituyan negativas de trato en el mercado relevante, consistentes en negarse a comprar canales y paquetes de canales de competidores de Time Warner.

No obstante, el GIETV, socio de AT&T en Sky México, es un proveedor importante de Canales de Acceso Restringido. Su posición como competidor en la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR en México es equiparable a la de Time Warner, acumulando sus canales una participación por audiencia de [REDACTED] en el año dos mil dieciséis.

Por lo tanto, una vez realizada la Operación, los accionistas (en última instancia) de Sky México controlarían la provisión y licenciamiento de canales que en conjunto sumarían más del [REDACTED] de participación por *share* de audiencia calculada respecto a los Canales Restringidos. Si bien es poco probable que la oferta de canales de Sky México se componga únicamente de las señales del GIETV y Time Warner (más los canales de TV Abierta afectados por las obligaciones Must Carry y Must Offer), el tener acceso preeminente a los canales referidos otorgaría a Sky México mayor poder de negociación respecto a transacciones con otros proveedores de canales. Lo anterior, toda vez que canales de terceros proveedores pudieran considerarse o ser tratados como prescindibles al momento de negociar.

Considerando la elevada participación de Sky México en la provisión del STAR dentro del territorio nacional, y que éste opera también en otras regiones de Latinoamérica, la salida de canales de su oferta podría generar pérdidas importantes al grupo que los provee, lo que podría afectar la viabilidad de su negocio u obligarlos a elevar sus tarifas a los otros proveedores de STAR.

La afectación a proveedores y licenciantes de canales a través de la negativa de compra o la imposición de condiciones desfavorables por parte de Sky México, podría afectar la posición competitiva de los competidores de Time Warner y del GIETV en la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR en el territorio nacional.

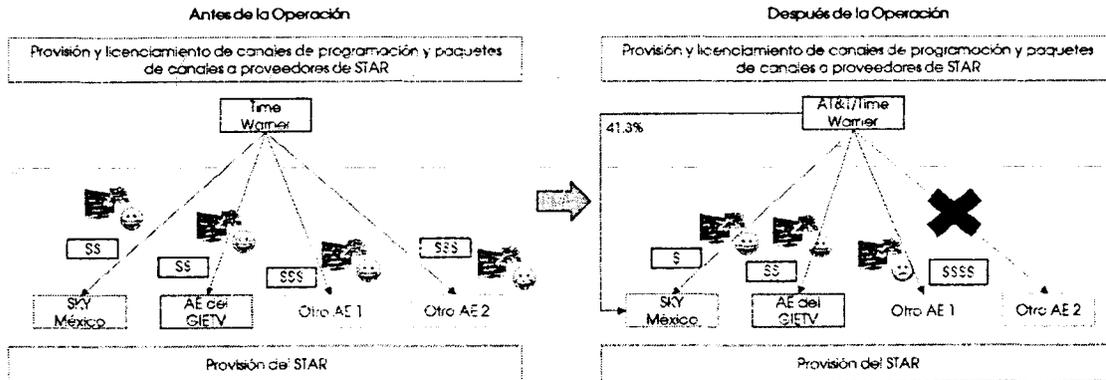
Así, la Operación por la que AT&T adquiere a Time Warner, considerando la asociación de AT&T y el GIETV en Sky México, podría crear incentivos a establecer barreras a la entrada, impedir a terceros el acceso o desplazar a otros Agentes económicos competidores de Time Warner y del GIETV en el mercado relevante de la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores del STAR a nivel nacional, en las diferentes categorías de Canales Básicos, así como los Canales Premium.

II.2). Negativa o trato discriminatorio en los precios, términos y condiciones de venta de Canales Restringidos a Proveedores del STAR

La Figura 12 ilustra los posibles efectos de la Operación que generan riesgos de negativa de trato y de trato discriminatorio en las condiciones que AT&T/Time Warner ofrecerían a Proveedores de STAR – distintos a Sky México y del GIETV– en

el mercado relevante; y, en consecuencia, generando riesgos de su posible desplazamiento en el mercado relacionado de provisión del STAR.

Figura 12. Riesgos de negativa de trato o trato discriminatorio, con efectos de desplazamiento, en las condiciones que AT&T/Time Warner ofrezcan a terceros proveedores de STAR, distintos a Sky México y no pertenecientes al GIETV



Con base en los elementos presentados en las secciones anteriores de la presente Resolución, respecto a las distintas categorías de canales y paquetes de canales que se proveen y licencian por Time Warner (y el GIETV) en México, se observa que:

- 1) Aún en una misma categoría, los canales tienen un alto grado de diferenciación, por lo que aquéllos con un grado de posicionamiento significativo en una misma categoría son considerados por los proveedores del STAR como imprescindibles para sus ofertas programáticas. El empaquetamiento de canales refuerza y acrecienta esa condición, debido a que la falta de contratación de un paquete con varios canales necesarios afectaría la capacidad de competir por parte de los proveedores del STAR.
- 2) Aún sin los canales que HBO LAG distribuye de terceros, y considerando el elevado grado de diferenciación existente entre los distintos canales de programación, su empaquetamiento, así como la existencia de barreras a la entrada y a la expansión existentes, la participación de AT&T/Time Warner en cada una de las categorías de Entretenimiento [REDACTED], Infantil [REDACTED], Películas [REDACTED], Noticias Internacionales [REDACTED] y Premium [REDACTED] se considera elevada para concluir que Time Warner tendría la

capacidad de establecer barreras a la entrada, impedir el acceso a la provisión de Canales Restringidos de Time Warner a un segmento de proveedores del STAR, distintos a Sky México e integrantes del GIETV.

- 3) Con los canales que HBO LAG distribuye de terceros, y considerando el elevado grado de diferenciación existente entre los distintos canales de programación, su empaquetamiento, así como la existencia de barreras a la entrada y a la expansión existentes, la participación de AT&T/Time Warner en las cuatro categorías programáticas de Canales Restringidos más importantes: Entretenimiento [REDACTED] Infantil [REDACTED] Películas [REDACTED] [REDACTED] y Cultural [REDACTED] [REDACTED], Noticias Internacionales [REDACTED] y Premium [REDACTED] [REDACTED] sería más elevada; lo que se reflejaría en un mayor posicionamiento y capacidad de ese agente para establecer barreras a la entrada e impedir el acceso a la provisión de Canales Restringidos de Time Warner a un segmento de proveedores del STAR, distintos a Sky México y no pertenecientes al GIETV.
- 4) El GIETV, socio de AT&T en Sky México, coincide como competidor de Time Warner en las categorías programáticas de Entretenimiento, Infantil y Películas con un [REDACTED] [REDACTED] y [REDACTED] [REDACTED]. Esta situación es relevante toda vez que en caso de coordinarse Time Warner y el GIETV en conjunto tendrían una participación por *share* de audiencia de [REDACTED] [REDACTED] en la categoría programática de Entretenimiento, [REDACTED] [REDACTED] en Infantil y de [REDACTED] [REDACTED] en Películas, lo anterior en el caso de no considerar a los canales de terceros licenciados por HBO LAG, pero en caso de considerarlos, la participación conjunta de ambos grupos se elevaría hasta un [REDACTED] [REDACTED] en el caso de Entretenimiento y [REDACTED] [REDACTED] en el caso de Películas. Es importante señalar que respecto a los Canales Restringidos la categoría Entretenimiento es la que más *share* de audiencia acumula, mientras que Películas ocupa el tercer lugar, asimismo que la participación conjunta de los Canales de Acceso Restringido licenciados por AT&T y el GIETV grupos podría ser de hasta [REDACTED] [REDACTED] en caso de considera a los canales de terceros licenciados por HBO LAG, y de [REDACTED] [REDACTED] si no se consideran.

Un análisis sobre las posibilidades de coordinación de AT&T y el GIETV a través del vínculo estructural que existe entre ambos como resultado de su participación en Sky México se presenta en la siguiente sección.

- 5) La capacidad de negociación de Time Warner es sustancial. Lo anterior, debido a que es el grupo que mayor número de Canales Restringidos con audiencia positiva y que pertenecen al mayor número de categorías que provee, lo anterior considerando o no los canales de terceros licenciados por HBO LAG, asimismo sus canales acumulan una importante participación en términos de audiencia. El único grupo que se le compara en este aspecto es el GIETV.
- 6) Además, como consecuencia de la Operación, el agente resultante AT&T/Time Warner quedaría vinculado con Sky México debido a la participación accionaria del 41.3% (cuarenta y uno punto tres por ciento) que el Grupo AT&T tiene en Sky México. El interés que AT&T/Time Warner tienen en Sky México, genera incentivos a que AT&T/Time Warner de establecer barreras a la entrada e impedir el acceso a la provisión de Canales Restringidos de Time Warner a un segmento de proveedores del STAR, distintos a Sky México e integrantes del GIETV y, en consecuencia, de desplazar a esos proveedores del STAR, a competidores de Sky México (y del GIETV) en la provisión del STAR.

Por lo anterior, en términos del artículo 64, fracción II de la LFCE, se concluye que la Operación genera riesgos de efectos contrarios a la competencia económica y la libre concurrencia, pues tendría por objeto o efecto el establecer barreras a la entrada e impedir el acceso, a un segmento de proveedores del STAR, competidores de Sky México y del GIETV, a la provisión de Canales Restringidos de Time Warner y, en consecuencia, el desplazamiento de esos Agentes Económicos proveedores en el mercado relacionado de provisión del STAR.

En particular, como consecuencia de los efectos de la Operación, se identifican los siguientes riesgos a la competencia económica y la libre concurrencia:

- i) Que AT&T/Time Warner no dé acceso a los canales de programación y paquetes de canales a proveedores del STAR, distintos a Sky México y al GIETV; o dé acceso en condiciones que generen barreras a la entrada o los desplacen del mercado relacionado.
- ii) Las negociaciones entre AT&T/Time Warner y proveedores del STAR, distintos a Sky México y al GIETV, pueden resultar en precios, términos y condiciones que podrían no ser aceptables para los proveedores del STAR.
- iii) AT&T/Time Warner aplique precios por suscriptor considerando tasas de crecimiento esperadas y no reales al momento de fijar un número garantizado

- de suscriptores a los proveedores de STAR, por lo que incluso no corresponden con auditorias de terceros.
- iv) Que AT&T/Time Warner no permita a todos los suscriptores de sus clientes STAR el acceso a sus plataformas de internet como HBO GO en las mismas condiciones que se los ofrecen a otros clientes y a Sky México.
 - v) Que Time Warner niegue el acceso, o lo proporcione de manera discriminatoria, a ciertos contenidos audiovisuales a proveedores de STAR competidores de Sky México y al GIETV, en particular, el acceso a Canales Premium.
 - vi) Sky México podría aumentar su poder de negociación respecto a la Adquisición de Canales Restringidos. Un proveedor y licenciante de Canales Restringidos podría ver afectado su negocio seriamente si Sky México (o el GIETV) se negara a adquirir sus canales o exigiera la imposición de condiciones desfavorables que hoy no exige, toda vez que la participación de Sky México (o el GIETV) en la provisión del STAR es considerable.
 - vii) Los riesgos enumerados en los puntos i) a iii) pudieran potenciarse en caso de que Time Warner y el GIETV coordinaran sus acciones respecto a la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR.

7.3. Análisis de la fracción III del artículo 64 de la LFCE

Efectos coordinados en una concentración

Existe coordinación entre agentes económicos cuando cada competidor determina su estrategia competitiva en función de las conductas de los demás participantes, a un grado tal que limita o puede limitar su capacidad o incentivos para competir en forma independiente.

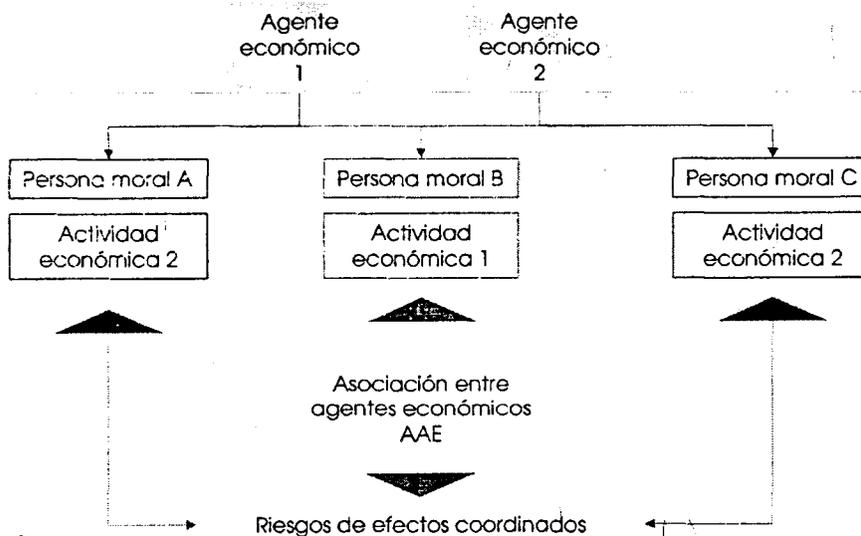
En mercados donde concurren diversos participantes y no existen barreras significativas a la entrada, un competidor no tendría la capacidad de obtener la información suficiente de sus competidores para formular una estrategia competitiva en función de las estrategias de los demás participantes, sólo le resta competir en forma independiente en el mercado.

Por el contrario, en los mercados que se caracterizan por tener un número reducido de participantes, altos niveles de concentración, y barreras significativas a la entrada, las probabilidades de que los participantes desarrollen interdependencias en sus decisiones competitivas son altas.

En la práctica internacional se reconoce que una concentración genera o puede generar efectos coordinados cuando existen vínculos entre agentes económicos que compiten en diversos mercados relacionados.⁸⁶

En particular, resulta relevante analizar el caso de las asociaciones entre dos o más agentes económicos (AAE) cuando cada uno de ellos, fuera del ámbito de su asociación, participa en actividades económicas coincidentes.

Figura 13. Asociación entre agentes económicos con otras actividades coincidentes



Tomando como referencia la Figura 13, dos agentes económicos pueden participar en una AAE para desarrollar una actividad económica en forma conjunta (ej. la actividad 1). Sin embargo, si esta participación crea la oportunidad de que uno o ambos participantes de la AAE, obtenga información sobre una actividad distinta (ej. la actividad 2), en la que ambos deben competir en forma independiente, entonces existe el riesgo de que las estrategias o decisiones para competir dejen de ser independientes entre sí.

En un extremo, el intercambio de información es anticompetitivo *per se* cuando dos o más agentes económicos independientes comparten información con el

⁸⁶ Ver ICN (2006), "ICN Merger Guidelines Workbook, ICN Merger Working Group: Investigation and Analysis Subgroup, International Competition Network", pp. 45-49, 74 y 79; y OECD (2008), "Minority shareholdings, Policy Roundtable", pp. 30, y FTC y DOJ (2010), "Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors", páginas 15-16. Disponible en: https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_events/joint-venture-hearings-antitrust-guidelines-collaboration-among-competitors/ftcdojguidelines-2.pdf.

objeto o efecto de fijar precios, cantidades, o cuándo y dónde participar en los mercados en los que son competidores actuales o potenciales.

Para identificar si una AAE puede generar riesgos contrarios a la competencia en los mercados, las autoridades de competencia pueden considerar los siguientes elementos:

- Si el acuerdo constituye o puede constituir un mecanismo que permita la interacción repetida entre las partes, lo que aumenta la posibilidad que tengan acceso o intercambien información sobre sus respectivas actividades, incluyendo las que son ajenas a la AAE en las que sean competidores actuales o potenciales con el objeto o efecto de:
 - Limitar la toma de decisiones independientes;
 - Combinar el control o los intereses de las partes en la producción, activos clave o decisiones de precios;
 - Reducir la capacidad o los incentivos para competir independientemente, o
 - Facilitar el acceso o el intercambio de información entre las partes sobre otras actividades económicas en las que sean competidores actuales o potenciales.
- Los mercados involucrados, las participaciones y los niveles de concentración. Las probabilidades de efectos coordinados son mayores entre agentes económicos con altas participaciones en el mercado y en mercados altamente concentrados.
- Si las partes tienen la capacidad y los incentivos para competir independientemente al formar parte de la AAE. En este rubro se analiza:
 - En qué medida la AAE permite o restringe a los participantes continuar compitiendo entre sí de manera independiente;
 - Los intereses financieros que la AAE representa para cada una de las partes frente a los que cada uno de ellos obtenga en las demás actividades económicas en las que coincida como competidor actual o potencial.
 - El control de la toma de decisiones en el AAE. Se analiza la forma en que se organiza y se administra el AAE para determinar si permite a las partes actuar de manera independiente. Se generan riesgos a la competencia, cuando los participantes tienen la capacidad, de *jure* o de *facto*, para controlar o influir sobre las decisiones de precios, producción y otros puntos clave en las actividades de la AAE;
 - La probabilidad de intercambiar información con el objeto o efecto de restringir la competencia entre las partes de la AAE, y

- La duración del AAE. En general, cuando la duración es menor, los participantes tienen más incentivos para competir.
- Si la entrada de nuevos competidores al mercado es oportuna, factible y suficiente para contrarrestar los posibles efectos anticompetitivos.

Si a partir del análisis de los posibles efectos de la concentración se concluye que existen potenciales efectos anticompetitivos, las leyes de competencia permiten a las Partes presentar medidas que los eliminen o contrarresten en términos que sean verificables por la autoridad.

Elementos de la Operación que generan riesgos de efectos coordinados

En esta sección se evalúan los riesgos por Efectos Coordinados que puede generar la Operación.

La coinversión que existe entre el Grupo AT&T y el GIETV en Sky México contiene elementos que pueden facilitar a estos dos grupos de interés económico tener la oportunidad de encontrarse periódicamente y tener acceso o intercambiar información sobre los servicios en los cuales concurrirían como competidores.

Los elementos que sustentan esta conclusión se describen a continuación:

- a) **Vínculo.** AT&T, a través de DIRECTV tiene una participación accionaria de 41.3% (cuarenta y uno punto tres por ciento) en Sky México, así como el derecho a nombrar a [REDACTED] de los [REDACTED] miembros de su consejo de administración. Por su parte, el GIETV indirectamente tiene una participación de 58.7% (cincuenta y ocho punto siete por ciento) en las acciones representativas del capital social de Sky México, así como el derecho a nombrar a [REDACTED] de los [REDACTED] miembros de su consejo de administración.

Considerando esos vínculos, GTV en sus informes anuales 2015 y 2016⁸⁷ ha precisado lo siguiente:

"(...) La Compañía (GTV) espera que, a través de sus relaciones con Innova (Sky México) y con DIRECTV, Innova continuará estando en posición de negociar términos favorables para la adquisición de programas tanto de proveedores nacionales independientes como de proveedores internacionales de los Estados Unidos, Europa y Latinoamérica."

Es decir, el GIETV ha utilizado la asociación que tiene en Sky México con DIRECTV, subsidiaria de AT&T, para conseguir condiciones favorables en la adquisición de contenidos nacionales e internacionales.

⁸⁷ Página 62 del informe anual 2016 de GTV, disponible en: <http://www.televisair.com/-/media/Files/T/Televisa-IR/documents/spanish/bmv/infoanua.pdf>, página 58 del informe anual 2015 de GTV, disponible en: <http://www.televisair.com/-/media/Files/T/Televisa-IR/documents/spanish/bmv/reporte-anual-2015.pdf>.

b) Sky México representa un negocio importante para AT&T y el GIETV en México.

Sky México tiene un volumen de negocios, en términos de ingresos, que equivale [REDACTED] del volumen de negocios de GTV (Contenidos, Cable y Otros Negocios, sin Sky) y el [REDACTED] del volumen de negocios de AT&T en servicios móviles en México.

La importancia de Sky México para sus dos socios, AT&T y GIETV, permiten prever que esa coinversión constituye un mecanismo que facilita la interacción repetida entre el Grupo AT&T y el Grupo GIETV y, por lo tanto, la colusión. También aumenta la probabilidad de que cada uno de ellos tenga la oportunidad de acceder o intercambiar información sobre los servicios en los que deben competir en forma independiente.

c) Time Warner y el GIETV son los competidores más importantes en la provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales a proveedores de STAR.

d) Time Warner y el GIETV tienen participaciones importantes en la provisión y licenciamiento de Canales Restringidos. Al respecto, se identifica que del total de Canales Restringidos distribuidos a los proveedores de STAR en México, los canales provistos por Time Warner y el GIETV tienen una participación de mercado conjunta de [REDACTED] en términos de audiencia si no se consideran los canales de terceros distribuidos por HBO LAG; y de [REDACTED] en caso de considerarlos. Ambas participaciones son sustanciales.

Por categoría programática, esta participación llega a alcanzar un porcentaje de [REDACTED] en el género de entretenimiento, [REDACTED] en películas y [REDACTED] en Infantil; lo anterior, si no se consideran los canales de terceros distribuidos por HBO LAG.

Si se consideran esos canales, las participaciones serían de [REDACTED] en Entretenimiento, [REDACTED] en Películas y [REDACTED] en Infantil. Las participaciones en ambas situaciones son sustanciales.

El GIETV y Time Warner se ubican muy por encima de sus competidores respecto al share de audiencia del conjunto de Canales Restringidos que se licencian, el número de Canales Restringidos que licencian y el número de categorías al que pertenecen.

Además, se observa que Time Warner y el GIETV actualmente cuentan con un importante poder de negociación, gracias al número de Canales Restringidos,

bien posicionados en el gusto de las audiencias, para los que otorgan licencias, y a que dichos canales pertenecen a categorías programáticas variadas.

- e) **Existencia de barreras a la entrada.** Respecto al mercado de la provisión y licenciamiento de Contenidos Audiovisuales, las barreras a la entrada que se identifican son las siguientes: i) los altos costos de inversión, destinados, entre otras cosas, a la producción o adquisición de Contenidos Audiovisuales; ii) la incertidumbre de penetrar con éxito en las preferencias de los usuarios pone en riesgo la recuperación de la inversión que se hace de cada programa; iii) las marcas y derechos de propiedad intelectual sobre los personajes, programas y canales, que evitan su uso por parte de otros agentes económicos y obligan a nuevos entrantes a desembolsar fuertes recursos para contar con un portafolio competitivo; iv) la contratación de talento en cada una de las fases de producción y programación; v) el desarrollo de infraestructura necesaria para llevar a cabo operaciones: instalación y acondicionamiento de estudios, vi) la inversión en publicidad y vii) los costos de distribución que requieren la contratación de capacidad satelital para llevar los Contenidos Audiovisuales a una escala internacional.
- f) La participación de AT&T directa o indirectamente (a través de las personas que designa) en Sky México genera un mecanismo y una oportunidad para intercambiar información que no pertenezca al curso ordinario de las actividades propias de Sky México; que puede incluir temas o variables de competencia (e.g. precios, capacidad, cantidades o estrategias comerciales) relacionados con la provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales a proveedores de STAR, en donde deben competir en forma independiente.

A partir del análisis presentado en esta Resolución, se concluye que la Operación, en caso de realizarse, generaría los incentivos de AT&T/Time Warner y el GIETV de coordinarse o intercambiar información en la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales para proveedores del STAR. En relación a lo establecido en el artículo 64, fracción III de la LFCE, se prevé que esa situación facilitaría sustancialmente a AT&T/Time Warner y al GIETV ejercer conductas prohibidas por la LFCE, particularmente las prácticas monopólicas absolutas, previstas en la fracción V del artículo 53, de ese ordenamiento.

En tanto AT&T/Time Warner tenga (a través de miembros designado por AT&T) los derechos para participar en el consejo de administración de Sky México existe la oportunidad, los incentivos y los medios que constituyen un riesgo de que ambos grupos de interés económico pudieran coludirse o intercambiar información para coordinar sus actividades en los servicios en los que coinciden como competidores.

OCTAVO. Argumentos de las Partes sobre ausencia de riesgos generados por la Operación

En el Escrito del treinta mayo, las Partes presentaron ante este Instituto lo que llamaron un "análisis competitivo detallado" mediante el que buscan justificar que la Operación "no implica preocupaciones de competencia de ningún tipo".

El análisis presentado por las Partes busca demostrar la ausencia de incentivos al desplazamiento de competidores y la ausencia de Efectos Coordinados.

1) Respecto a la existencia de incentivos al desplazamiento de competidores señalan que:

"(...) Los hechos aplicables a la Operación no dan lugar a estas preocupaciones en México, en primer lugar, porque no existe un vínculo vertical directo entre AT&T y Time Warner en México. La única relación vertical que resulta de la Operación es aquella entre Time Warner y Sky México, en la que AT&T únicamente tiene una participación minoritaria y no controladora. Debido a la naturaleza de la participación de AT&T en Sky, no existen preocupaciones en materia de desplazamiento."

Al respecto, si bien puede argumentarse que no existe una relación de control entre AT&T y Sky México, el hecho de que AT&T tenga intereses financieros en Sky México es un incentivo suficiente para que AT&T busque el beneficio de Sky México, toda vez que entre mejores sean las ganancias y desempeño de este último, mayores serán los beneficios que AT&T obtiene de su participación en Sky México.

2) Asimismo, las Partes señalan que

"En conjunto, la participación de Time Warner en el licenciamiento de canales para STAR representa aproximadamente el [REDACTED] en términos de ratings de los canales STAR. Esto indica que Time Warner no tiene poder sustancial."

De acuerdo con el análisis que se presenta en esta Resolución, la participación de Time Warner en la provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales a proveedores de STAR en México es importante. Al respecto, se ha identificado, con base en información del año dos mil dieciséis, que la participación de Time Warner en términos de *share* es de [REDACTED] en la categoría programática de Entretenimiento, [REDACTED] en Infantil, [REDACTED] en Películas y cerca del [REDACTED] en Noticias internacionales y Canales Premium.

En caso de considerar los canales de terceros, licenciados por HBO LAG, entonces Time Warner ocuparía el primer lugar en participación en la categoría Entretenimiento con [REDACTED] segundo lugar

en Películas, Infantil y Cultural con [REDACTED] por ciento, respectivamente.

Asimismo, se observa que sus canales en conjunto acumulan una considerable participación en audiencia respecto a Canales Restringidos, ubicándose en segundo lugar con un [REDACTED] pero en caso de considerar los canales de terceros licenciados por HBO LAG se ubicaría en el primer lugar con un [REDACTED] de la audiencia.

3) Las Partes también señalan que

** • Ninguno de los canales de Time Warner, en lo individual, es esencial para que las plataformas de STAR de terceros puedan competir con Sky México.*

Ninguno de los canales de Time Warner, en lo individual, representa una participación de más del [REDACTED] en términos de ratings, y la mayoría cuentan con participaciones por debajo del [REDACTED]. Particularmente, con base en el informe actualizado de [REDACTED] los únicos dos canales de Time Warner que tienen una participación individual de [REDACTED] o más en términos de ratings son Cartoon Network, con [REDACTED] puntos de rating [REDACTED] y Space, con [REDACTED] de puntos de rating [REDACTED]. Estos canales no conllevan poder sustancial y no permitirían a Time Warner excluir a los competidores de Sky México." Énfasis añadido.

Al respecto, en este análisis se ha identificado que la capacidad de ofertar canales que en conjunto acumulan una participación considerable dentro de categorías programáticas importantes le otorga a Time Warner una posición privilegiada.

4) Asimismo, respecto al licenciamiento de Canales Básicos y Canales Premium las Partes señalan que:

"Hoy en día, Time Warner pone sus canales a disposición de todos los operadores de STAR en términos no discriminatorios. Time Warner ofrece dos tipos de canales en México: (i) canales "premium", como HBO, los cuales no contienen publicidad y que son financiados exclusivamente a través de los pagos por su licenciamiento; y (ii) canales "básicos", incluyendo CINEMAX, todos los canales Turner (CNN, Boomerang, etc.) y el Warner Channel, que son financiados tanto por los pagos por el licenciamiento como por la venta de espacios publicitarios.

(...) independientemente del modelo de negocio, ofrecer contenidos al mayor número de puntos de venta maximiza los ingresos de Time Warner.

(...)" énfasis añadido.

Al respecto la conclusión presentada no es necesariamente cierta, tomando en consideración los dichos de las Partes, puede construirse un modelo (incluido en el ANEXO I del análisis) que representa de forma sencilla el modo en que AT&T tomaría

sus decisiones sobre el licenciamiento de canales una vez llevada a cabo la Operación. Este modelo corrobora que AT&T tendría incentivos para aumentar precios a los competidores de Sky México (sin incluir al GIETV).

Al respecto, con información proporcionada por diversos proveedores de STAR se observa que, en general, las dificultades y obstáculos a los que se enfrentan para tener acceso a ciertos Contenidos Audiovisuales se originan en condiciones impuestas por los proveedores; por ejemplo, el que se establecen garantías mínimas en el número de suscriptores (a partir del cual se determina el precio total a pagar)⁸⁸ o la fijación de tarifas en dólares. Respecto a la adquisición de canales Premium se exige a los proveedores STAR el cumplimiento de mayores condiciones, entre las que se encuentran asegurar un mayor número de suscriptores y el requerir a sus usuarios tener un paquete básico para adquirir uno Premium.

5) Las Partes indican que:

** Time Warner no controla la distribución de los canales de HBO en México.*

La participación de [REDACTED] en términos de rating considera los canales de HBO distribuidos por HBO LAG. Sin embargo, Time Warner no controla el licenciamiento de HBO ni de los canales básicos de terceros, gestionado por HBO LAG.

(...) Time Warner no controla a HBO LAG y no tiene el poder de ordenarle o instruirle que adopte una conducta discriminatoria o cualquier otro tipo de estrategia de desplazamiento a los competidores de Sky México.

(...)* énfasis añadido.

Como se ha indicado, se considera que los argumentos de Time Warner no son suficientes para demostrar que no tienen influencia sobre las decisiones y negociaciones que realiza HBO LAG. No obstante, en un escenario conservador en el que no se incluyeran los canales de terceros licenciados por HBO LAG, la participación de Time Warner en las categorías programáticas de Entretenimiento, Infantil y Películas es mayor al [REDACTED] en todos los casos. Además, respecto a noticias internacionales y canales Premium tiene una audiencia del [REDACTED] al [REDACTED] con canales con share de audiencia positivo.

6) Las Partes también precisan que:

** Time Warner compete con una gran cantidad de fuentes de contenidos, incluyendo canales de televisión radiodifundida que están sujetos a obligaciones de retransmisión, disminuyendo aún más cualquier poder sustancial.*

⁸⁸ La mayoría de los concesionarios manifiestan que estas garantías mínimas están muy alejadas de la realidad.

(...) En México los contenidos más vistos en los servicios de STAR corresponden a los canales retransmitidos de televisión radiodifundida como el Canal de las Estrellas, Canal 5, Azteca 13, Azteca 7, Gala TV, Foro TV, Once TV, Canal 40, Canal 22, Imagen TV, etc.

(...) * énfasis añadido.

Referente a este punto, en el análisis se asienta que los canales de televisión radiodifundida constituyen una categoría programática diferente y distinguible de aquellas a las que pertenecen los Canales Restringidos. Por otra parte, se ha identificado que Time Warner tiene una participación considerable, mayor al [REDACTED] en las categorías programáticas más importantes de Canales Restringidos.

7) Las Partes indican que:

"La entidad fusionada no tendría ningún incentivo para excluir a los competidores de Sky México (o más general a los competidores de GTV).

- La entidad fusionada no tendría una perspectiva realista de recuperar aguas abajo (downstream) (partiendo de la posibilidad teórica de que los consumidores finales cambiarían a Sky México como su proveedor de STAR) las ventas que se perderían aguas arriba (upstream) (derivadas de la importante disminución de regalías por el otorgamiento de licencias).

Una estrategia de restricción de insumos únicamente tendría sentido si la entidad fusionada pudiera recuperar los ingresos perdidos aguas arriba (...)

- Adicionalmente, incluso suponiendo que se trate de un incremento significativo en la base de suscriptores de Sky México, estas ganancias especulativas no superarían la certeza de los ingresos perdidos por el licenciamiento aguas arriba.

(...) AT&T / Time Warner tendría la carga del 100% de la pérdida de los ingresos por licenciamiento, mientras que sólo obtendría una fracción de las ganancias adicionales de Sky México aguas abajo. [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

(...) * énfasis añadido.

La entidad resultante una vez llevada a cabo la Operación, AT&T / Time Warner, tendría la capacidad y los incentivos de establecer barreras a la entrada e impedir el acceso, a un segmento de proveedores del STAR, competidores de Sky México y del GIETV, a la provisión de Canales Restringidos de Time Warner y, en consecuencia, el desplazamiento de esos Agentes Económicos proveedores en el mercado relacionado de provisión del STAR. En este sentido, como se mencionó anteriormente, basándose en un modelo desarrollado a partir de la información

proporcionada por las Partes (ver Anexo I), puede inferirse que AT&T podría beneficiarse al realizar una discriminación anticompetitiva en los precios de venta de sus Canales Restringidos.

8) Las Parte mencionan que:

** • La política comercial de GTV hoy en día es una fuerte evidencia de la ausencia de cualquier incentivo para la restricción.*

GTV se integra verticalmente en la producción de contenidos, creación de los canales y operación de STAR. A pesar de su gran participación tanto en el mercado agua arriba de licenciamiento de canales, como en el mercado de distribución de STAR (57%), GTV -hasta donde es del conocimiento de las Partes- no restringe el acceso a sus insumos.

Dentro del análisis realizado, el GIETV no es objeto de estudio, por lo que no se presentan argumentos a favor o en contra de la hipótesis planteada.

9) Con respecto al caso de desplazar a competidores de Sky México, las Partes argumentan que:

** • La industria de contenidos se está desarrollando rápidamente y hay una multitud de alternativas disponibles para las plataformas de distribución y los consumidores.*

En la presente Resolución, se determinó que los servicios OTT y el STAR no son sustitutos. En ese tenor, a pesar de que existen nuevas plataformas y tecnologías como los OTT, su presencia es incipiente en México; en comparación, el STAR muestra niveles de penetración significativamente mayores. De acuerdo con la CITE 2016, la penetración de STAR es de 60 hogares por cada 100, mientras que las OTT tienen una penetración del 12 hogares por cada 100.

10) Asimismo, respecto a efectos coordinados argumentan que:

"(...) el vínculo estructural que indirectamente resulta de la Operación Notificada respecto a las actividades de Time Warner y GTV no cambiará sus incentivos para competir aguas arriba. En cualquier caso, la estructura del mercado y la presencia de múltiples y fuertes competidores aguas arriba significa que las empresas no tendrán la capacidad de eliminar o restringir sustancialmente la competencia aguas arriba y cualquier intento de coordinación sería inmediatamente derrotado.

- La Operación no cambiara el Incentivo de Time Warner y GTV para competir aguas arriba.*
- En cualquier caso, Time Warner y GTV no tendrían la capacidad de restringir la competencia aguas arriba coordinando su conducta*

comercial en el licenciamiento de contenidos/canales después de la Operación.

- Esto resulta aún más evidente, toda vez que el mercado de licenciamiento aguas arriba no representa las características de un mercado en que sea probable que una coordinación sea sostenible.

La coordinación es más probable en mercados concentrados, con productos homogéneos y un alto nivel de transparencia.

- Las diferencias en los perfiles de Time Warner y GTV también indican que cualquier intento de coordinación es poco probable que sea sostenible.”

Al respecto, los Efectos Coordinados podrían surgir del vínculo estructural importante que el Grupo AT&T y el GIETV tienen en Sky México y de que estos grupos son competidores en diversos mercados de Contenidos Audiovisuales.

Del análisis presentado podemos resaltar que Time Warner y el GIETV son competidores importantes en la provisión y licenciamiento de canales. Los Canales de ambos grupos son los que mayor participación, en términos de audiencia, acumulan, además de ofrecer canales dentro de categorías diversas. En este sentido, la capacidad de negociación de ambos es comparable.

En el presente análisis se ha identificado también que existen barreras a la entrada, relacionadas, por ejemplo, con altos costos de inversión e incertidumbre de entrar con éxito en las preferencias de los usuarios, lo que genera un riesgo en la recuperación de la inversión, además de las marcas y derechos de propiedad intelectual sobre los personajes, programas y canales, que obligan a realizar una elevada inversión para contar con un portafolio amplio y poder ser competitivo.

Un elemento adicional radica en el hecho de que el GIETV ha utilizado la asociación que tiene en Sky México con DIRECTV, subsidiaria de AT&T, para conseguir condiciones favorables en la adquisición de contenidos nacionales e internacionales.⁸⁹

NOVENO. PROPUESTA DE MEDIDAS PRESENTADA POR LAS PARTES

El once de julio de dos mil diecisiete las Partes presentaron de manera voluntaria la Propuesta Inicial de Condiciones referida en el antecedente trigésimo quinto de esta Resolución, la cual fue admitida en términos del tercer párrafo del artículo 90 de la LFCE y debe ser analizada en términos de lo dispuesto en el artículo 91 del mismo ordenamiento.

⁸⁹ De acuerdo a los informes anuales de GTV para los años 2015 y 2016. Como se señala en el inciso a) de la sección 7.2 de la presente Resolución.

Asimismo, con fecha cuatro de agosto de dos mil diecisiete, presentaron un Primer y Segundo Alcance a la Propuesta Inicial de Condiciones, como se refiere en el antecedente trigésimo octavo de esta Resolución, que modifican la Propuesta Inicial de Condiciones. Por ende, ambos Alcances a la Propuesta Inicial de Condiciones se consideran la última voluntad expresada por las Partes.

En este contexto se analizan de manera integral, considerando los cambios propuestos, las condiciones propuestas por las Partes. A la versión integral de las condiciones propuestas por las Partes se le denomina para efectos de esta Resolución "Propuesta de Condiciones", cuyo contenido se analizará en términos de lo dispuesto en el artículo 91 de la LFCE.

La versión íntegra de la Propuesta de Condiciones, considerando los dos alcances al escrito inicial, se transcribe a continuación.

*Definiciones

1. Grupo AT&T significa AT&T Inc. y sus Afiliadas (según dicho término se define más adelante). Para estos efectos, Grupo AT&T tiene una participación en Sky México (según dicho término se define más adelante).
2. Afiliada(s) de cualquier persona significa cualquier persona directa o indirectamente, controladora de, controlada por o vinculada mediante influencia significativa con, según determine el Instituto, dicha persona al momento en que se realice la determinación de afiliación.
3. HBO LAG significa, individual y conjuntamente, las personas morales que, de tiempo en tiempo, se encuentren bajo el control conjunto en última instancia, directa o indirectamente, de Home Box Office Inc. (y cualquiera de sus Afiliadas) y Ole Communications, Inc. (y cualquiera de sus Afiliadas) que realizan actividades bajo el nombre de HBO Latin America o HBO Latin America Group o que realizan negocios como parte de la coinversión conocida como HBO Latin America Group, incluyendo, sin limitar, a HBO Ole Partners, HBO Brasil Partners, HBO Ole Distribution LLC, HBO Latin American Productions Services, L.C. y a cualquiera de sus subsidiarias actualmente o en el futuro.
4. Time Warner significa Time Warner Inc. y sus Afiliadas.
5. Programación de Video significa la programación lineal de canales o contenidos audiovisuales, licenciados directamente por Time Warner y sus Afiliadas a Operadores STAR (según dicho término se define más adelante) (pero sin incluir la programación lineal de canales o contenidos audiovisuales, licenciados por HBO LAG en tanto el Grupo AT&T y Time Warner se sujeten a las medidas previstas en los numerales 16 y 17 siguientes),

incluyendo contenidos licenciados a Operadores STAR que a su vez éstos los ofrecen a suscriptores a través de servicios de pago por evento (pay-per-view) y servicios complementarios.

6. Operadores STAR significa cualquier entidad autorizada para prestar servicios de televisión y audio restringido ("STAR") en cualquier región dentro de México.
7. Personal Restringido o Persona Restringida significa cualquier funcionario o empleado del Grupo AT&T y Time Warner (sin considerar, únicamente para efectos de esta definición, a directivos, funcionarios o empleados de Sky México y HBO LAG, distintos a los Consejeros de HBO LAG - según dicho término se define más adelante) que, directa o indirectamente, participe o tenga autoridad en la toma de decisiones respecto de la preparación, negociación o administración de los convenios, contratos y/o acuerdos de Programación de Video (según se define más adelante), así como respecto a las estrategias comerciales relacionadas (en conjunto, "Condiciones de Acceso").
8. Sky México significa Innova, S. de R.L. de C.V., Corporación Novavisión, S. de R.L. de C.V., Corporación de Radio y Televisión del Norte de México, S. de R.L. de C.V. y/o Novabox S. de R.L. de C.V., así como cualquier persona que actualmente o en el futuro, se encuentre vinculada mediante influencia significativa o control con dichas sociedades. Para efectos de esta definición, el término definido Sky México no incluirá al Grupo AT&T.
9. Consejero de Sky México significa cualquier miembro del consejo de administración u órgano de decisión equivalente de Sky México designado por el Grupo AT&T. Todo Consejero de Sky México deberá ser seleccionado por su experiencia, capacidad y prestigio profesional. Asimismo, los miembros del consejo de administración de AT&T, sus funcionarios o empleados que, en su caso, designen a cada Consejero de Sky México, calificarán la independencia de éstos respecto a la Programación de Video, incluyendo su independencia de cualquier participación o autoridad respecto a las Condiciones de Acceso (según se dicho término se define en el numeral 7 anterior). Los Consejeros de Sky México que durante su encargo dejen de reunir alguno de los requisitos previstos en este numeral, deberán, previo a que se presente tal circunstancia, hacerlo del conocimiento de aquella persona o personas que en su caso, lo hayan nombrado. Adicionalmente, ningún Consejero de Sky México deberá:
 - a. Ser Personal Restringido o Persona Restringida (según dicho término se define en el numeral 7 anterior); y

- b. Participar o tener autoridad en la toma de decisiones respecto de la preparación, negociación o administración de los convenios, contratos y/o acuerdos de Programación de Video (según se define más adelante) ni respecto a las estrategias comerciales relacionadas.;
10. Consejero de HBO LAG significa cualquier miembro del consejo de administración de HBO LAG designado por Time Warner o por el Grupo AT&T.
11. Obligaciones de Acceso significa la obligación de Grupo AT&T y Time Warner de atender todas las solicitudes de acceso a la Programación de Video que realice cualquier Operador STAR, debiendo abstenerse de realizar actos que tengan o puedan tener por objeto o efecto, establecer barreras a la entrada, impedir a dichos Operadores STAR el acceso al mercado relevante o a mercados relacionados, o desplazarlos del mercado relevante.

Condiciones

Separación de los Consejeros de Sky México y las Actividades de Time Warner

12. En adición a lo previsto en el numeral 9 anterior, el Grupo AT&T y Time Warner se obligan a establecer y hacer efectivas las siguientes medidas de protección:
- a. Ningún Personal Restringido podrá ser un Consejero de Sky México, ni podrá reportar directa o indirectamente a ningún Consejero de Sky México, ni podrá compartir con ningún Consejero de Sky México, información que no se encuentre públicamente disponible relacionada con los contratos de Programación de Video y con las estrategias comerciales relacionadas.
- b. Ningún Consejero de Sky México reportará directa o indirectamente a ningún Personal Restringido, ni compartirá con ningún Personal Restringido ni con ningún Consejero de HBO LAG, información que no se encuentre públicamente disponible relacionada con Sky México, obtenida con motivo de su participación en el consejo de administración de Sky México.
13. Cada Personal Restringido firmará una manifestación, bajo protesta de decir verdad, mediante la cual se obligue a cumplir personalmente con las obligaciones establecidas en el punto 12 anterior.
14. Cada Consejero de Sky México firmará una manifestación, bajo protesta de decir verdad, mediante la cual se obligue a cumplir personalmente con las obligaciones establecidas en el punto 12 anterior.

15. Con fines de claridad, los Consejeros de Sky México podrán compartir información sobre Sky México con el Grupo AT&T, en la medida en que sea permitido o requerido por la legislación aplicable o lo requieran sus funciones legales y financieras del Grupo AT&T en el curso ordinario del negocio. Lo anterior, en el entendido de que las personas a las que se proporcione dicha información estarán sujetas a las mismas restricciones establecidas en el punto 12 anterior.

Separación de las Actividades de HBO LAG

16. El Grupo AT&T y Time Warner se obligan a establecer y hacer efectivas las siguientes medidas de protección:

- (i) El Grupo AT&T (sin incluir a HBO LAG para efectos de este numeral 16) se asegurará de que la información bajo su posesión que no se encuentren públicamente disponibles contenidas en los Contratos de Programación de Video y en las estrategias comerciales relacionadas de HBO LAG con los Operadores STAR no sea compartida directa o indirectamente con ningún Consejero de Sky México ni con ningún empleado o representante de Sky México. Para ello: (i) se obligan a establecer y hacer efectivas políticas internas adecuadas y barreras que limiten el acceso a dicha información, y (ii) un representante con poderes suficientes del Grupo AT&T firmará una declaración bajo protesta de decir verdad que acredite el establecimiento y/o mantenimiento de tales políticas internas adecuadas y barreras que limiten el acceso a dicha información (firewalls).
- (ii) El Grupo AT&T se asegurará de que ninguno de sus empleados y ningún Consejero de Sky México reciba información sobre los negocios de Sky México que no se encuentre públicamente disponible, pueda actuar como Consejero de HBO LAG.

17. Con fines de claridad, en la medida que sea permitido o requerido por la legislación aplicable, estas condiciones no impedirán compartir información sobre HBO LAG con el Grupo AT&T, en la medida en que lo requieran las funciones legales y financieras dentro del Grupo AT&T en el curso ordinario del negocio; lo anterior, en el entendido de que las personas a las que se proporcione dicha información estarán sujetas a las mismas restricciones establecidas en el punto 16 a. anterior.

18. En tanto el Grupo AT&T y Time Warner se encuentren en cumplimiento de lo dispuesto en las medidas contenidas en los numerales 16 y 17 anteriores, ningún consejero, funcionario o empleado de HBO LAG, estará obligado a presentar una manifestación firmada bajo protesta de decir verdad

mediante la cual se obligue a cumplir personalmente con las obligaciones establecidas en el punto 12 anterior. No obstante lo anterior, el Grupo AT&T y Time Warner deberán acreditar ante el Instituto que han informado a los Consejeros de HBO LAG y su Personal Restringido de las obligaciones previstas en los numerales 16 y 17 anteriores.

Negociaciones Comerciales de los Contratos

19. Con el fin de cumplir con las Obligaciones de Acceso, el Grupo AT&T establecerá y hará efectivas las siguientes medidas de protección:

- a. Time Warner recibirá y negociará de buena fe todas las solicitudes de acceso a la Programación de Video de Time Warner que realice cualquier Operador STAR con base en los términos comunes aplicables en las negociaciones de solicitudes de acceso en la industria de los servicios de televisión y audio restringidos.
- b. Time Warner deberá hacer del conocimiento de los Operadores STAR que le soliciten acceso a la Programación de Video el contenido de las Obligaciones de Acceso. Para ello, Time Warner comunicará a dichos Operadores STAR por escrito o mediante comunicación electrónica que recibirá y atenderá todas las solicitudes de acceso a la Programación de Video que realizará cualquier Operador STAR en condiciones que no tendrán ni podrán tener por objeto o efecto, establecer barreras a la entrada, impedir a dichos Operadores STAR el acceso al mercado relevante o a mercados relacionados, o desplazarlos del mercado relevante.
- c. En el curso de las negociaciones, Time Warner deberá ofrecer, a los Operadores STAR, términos y condiciones comparables a aquellos ofrecidos a otros Operadores STAR que se encuentren en condiciones similares con los que haya celebrado un convenio, contrato y/o acuerdo de Programación de Video.
- d. Time Warner deberá proveer de tres niveles jerárquicos de administración, quienes dirigirán y supervisarán las negociaciones con los Operadores STAR. Respecto de todas las negociaciones con un Operador STAR, Time Warner deberá:
 - (i) Conservar un registro de las negociaciones correspondientes e informará de dichas negociaciones al Instituto mediante el mecanismo de reporte previsto en el numeral 21 siguiente;

- 112
- (ii) Al término de las negociaciones, hacer del conocimiento del Operador STAR correspondiente, que se encuentra en posibilidad de acudir a la Unidad de Competencia del Instituto, ya sea mediante la presentación de un escrito en la Oficialía de Partes del Instituto o mediante correo electrónico a oficialiacompetencia@ift.org.mx en caso de que considere haber recibido una oferta en condiciones que tengan por objeto o efecto, establecer una barrera a la entrada, impedirle el acceso al mercado relevante o a mercados relacionados, o desplazarle del mercado relevante; y
- (iii) Abstenerse de llevar a cabo cualquier acción que pudiese constituir una represalia o castigo, ni de ejercer acción alguna en perjuicio de aquellos Operadores STAR por haber hecho uso del procedimiento previsto en el inciso (ii) anterior.
- e. Para efectos de determinar si los términos y condiciones ofrecidos por Time Warner a los Operadores STAR que soliciten acceso a la Programación de Video cumplen con las Obligaciones de Acceso, se tomarán como referencia: (i) las prácticas contractuales y comerciales de Time Warner antes de la realización de la Operación Notificada (para este propósito se estará a lo previsto en el numeral 21); y (ii) los términos y condiciones en los que se dé acceso a los Operadores STAR en los que el Grupo AT&T participe, directa o indirectamente, actualmente o en el futuro.

Mecanismos de Reporte y Verificación por el Instituto

20. Dentro de los 30 días siguientes a la presentación a ese Instituto del aviso de consumación de la Operación Notificada en los términos del artículo 23 de las Disposiciones Regulatorias, el Grupo AT&T remitirá al Instituto un informe detallando el alcance de los términos y condiciones de los contratos de Programación de Video de Time Warner con Operadores STAR y Sky México vigentes antes del cierre de la Operación Notificada, así como la documentación que sustente la información contenida en dicho informe respecto de las condiciones de acceso. Dicha documentación incluye pero no se limita a los contratos con Operadores STAR (excluyendo aquella información de HBO LAG, en tanto el Grupo AT&T y Time Warner se sujeten a las medidas previstas en los numerales 16 y 17 anteriores).

El Grupo AT&T podrá, en cualquier momento en tanto permanezcan vigentes las condiciones previstas en este escrito, presentar un informe

complementario, junto con la documentación de soporte referida en el párrafo anterior, informando al Instituto de modificaciones relevantes a los términos y condiciones de contratación con Operadores STAR para el acceso a Programación de Video. El Instituto analizará el contenido del informe respectivo y determinará, en su caso, si dichas modificaciones deberán considerarse como una actualización a los parámetros a que se refiere el numeral 19 (e) anterior.

Se solicita que cualquier reporte por escrito presentado de conformidad con el presente sea considerada como comercialmente sensible de conformidad con las protecciones establecidas en la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública ("LGTAIP") y los Lineamientos Generales en materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas emitidos por el Consejo Nacional de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales (los "Lineamientos de Transparencia").

21. El Grupo AT&T presentará a ese Instituto reportes semestrales contados en meses calendario sobre los términos y/o condiciones contenidos en los Contratos celebrados entre el Grupo AT&T con Operadores STAR y Sky México, así como los ofertados.

El reporte incluirá una descripción de los términos y condiciones de los contratos ya celebrados y los que formen parte de las ofertas comerciales durante el periodo reportado, tomando como referencia los elementos incluidos en el reporte que se menciona en el numeral 20 anterior:

El primer periodo semestral para efectos de presentar el reporte comprenderá como fecha inicial, el primer día del mes calendario siguiente al mes en el que se lleve a cabo la consumación de la Operación Notificada, y concluirá a los seis meses calendario siguientes. Cada semestre posterior se actualizará consecutivamente hasta en tanto permanezca vigente la condición respectiva.

El reporte de cada periodo deberá ser presentado a más tardar dentro del primer mes calendario siguiente al en que concluya el periodo a reportarse.

Se solicita que cualquier reporte por escrito presentado de conformidad con el presente numeral sea considerado como comercialmente sensible de conformidad con las protecciones establecidas en la LGTAIP y los Lineamientos de Transparencia.

22. Sin perjuicio de lo previsto en el numeral 28, la condición y/u obligación de reportar prevista en el numeral 21 expirará y dejará de ser aplicable al

cumplirse el séptimo aniversario de la fecha en que las Partes presenten a ese Instituto el aviso de consumación de la Operación Notificada.

23. En caso de que exista un cambio en las circunstancias que motivaron la inclusión de las presentes condiciones y/u obligaciones, el Grupo AT&T podrá presentar a consideración del Instituto, una solicitud por escrito para la cancelación o modificación total o parcial de dichas condiciones y/u obligaciones.
24. No obstante lo previsto en los numerales 22 y 23, una vez transcurridos 3 (tres) años a partir de la fecha en que las Partes presenten a ese Instituto el aviso informando del cierre de la Operación Notificada, las obligaciones establecidas en el presente serán revisadas por el Instituto a solicitud del Grupo AT&T, a fin de determinar si, derivado de modificaciones en las circunstancias consideradas por ese Instituto para imponer dichas obligaciones, se justifica su cancelación o modificación total o parcial.
25. En caso de que el Instituto tenga indicios o una causa objetiva⁹⁰ de un posible incumplimiento por parte del Grupo AT&T o Time Warner a alguna de las condiciones y/u obligaciones a las cuales se sujete la autorización de la Operación Notificada, el Instituto iniciará un procedimiento incidental relativo al cumplimiento de las condiciones, en los términos previstos en los artículos 132 y 133 de la Ley (o cualquier disposición legal que los sustituya), así como en las demás disposiciones legales que resulten aplicables.
26. En caso de incumplimiento a cualquiera de las Condiciones aquí listadas, se hará del conocimiento del Pleno del Instituto y se procederá en términos de lo previsto en la LFCE, sin perjuicio de las obligaciones que imponga el Instituto para hacer cumplir dichas Condiciones.
27. En tanto que el Instituto no emita una resolución en el incidente relativo al cumplimiento de las condiciones, el Grupo AT&T podrá acreditar que ha subsanado la conducta materia del procedimiento incidental, situación que el Instituto tomará en consideración antes de resolver.
28. El Instituto en todo momento podrá requerir información al Grupo AT&T que resulte necesaria para verificar el cumplimiento de las condiciones aquí establecidas."

⁹⁰ Para efectos del presente escrito, el Instituto determinará la existencia de un indicio en términos de los criterios emitidos por el Poder Judicial de la Federación "INDICIO. CONCEPTO DE." Octava Época. Semanario Judicial de la Federación Tomo XIV, Julio de 1994, página 621. Materia(s): Penal. Registro No. 211525" y "COMPETENCIA ECONÓMICA. EL EJERCICIO DE LA FACULTAD PREVISTA EN EL ARTÍCULO 31 DE LA LEY RELATIVA, REQUIERE DE UNA CAUSA OBJETIVA QUE MOTIVE LA INDAGATORIA CORRESPONDIENTE." Novena Época. Semanario Judicial de la Federación Tomo XIX, Abril de 2004, página 257. Materia(s): Administrativa. Registro No. 181771".

9.1. Análisis de la Propuesta de Condiciones presentada por las Partes

En términos del artículo 91 de la LFCE, el Pleno del Instituto puede establecer condiciones o aceptarlas de los Agentes Económicos, en tanto tales condiciones:

- a) Tengan por objeto evitar que la concentración pueda disminuir, dañar o impedir la competencia o libre concurrencia y consistan en: llevar a cabo una determinada conducta o abstenerse de realizarla; enajenar a terceros determinados activos, derechos, partes sociales o acciones; modificar o eliminar términos o condiciones de los actos que pretendan celebrar; obligarse a realizar actos orientados a fomentar la participación de los competidores en el mercado, así como dar acceso o vender bienes o servicios a éstos, o las demás que tengan por objeto señalado.
- b) Estén directamente vinculadas a la corrección de los efectos de la concentración, y
- c) Guarden proporción con la corrección que se pretenda.

Las Partes señalan que la Propuesta de Condiciones tiene por objeto evitar que la concentración pueda disminuir, dañar o impedir la competencia o libre concurrencia. Las condiciones presentadas, en su conjunto:

- Consisten en obligaciones para llevar a cabo una determinada conducta o abstenerse de realizarla; y obligarse a realizar actos orientados a fomentar la participación de los competidores en el mercado, así como dar acceso o vender bienes o servicios a éstos, y
- Están directamente vinculadas a la corrección de los efectos que podría tener la Operación en los términos originalmente notificados, y éstos guardan proporción con la corrección de riesgos identificados por esta autoridad en el Considerando Séptimo de esta Resolución.

Esta determinación se sustenta en las siguientes consideraciones.

1. Las definiciones presentadas en los numerales 1 a 11 son consistentes con los alcances de los riesgos identificados en la Operación.

1.1. De los mercados en los que se identifica la existencia de riesgos.- Respecto al término de Programación de Video, el acceso a la Programación de Video, en los términos expuestos en la Propuesta de Condiciones, corresponde a la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR, en todas sus categorías, que en el Considerando Sexto de esta Resolución se define como el mercado relevante en el que, como resultado de la Concentración, se identifican riesgos al proceso de competencia y libre concurrencia, como se determina en las secciones 5.5.3 y Considerando Séptimo de esta Resolución.

Además, incluyen en la definición dos servicios actualmente relacionados con la provisión del STAR, que corresponden a *pago por evento y servicios complementarios*. De esta forma, los servicios complementarios y la referencia a los mercados relacionados en la definición de *Obligaciones de Acceso* (i.e. relacionados con el relevante) son términos que permitirán mantener las condiciones propuestas respecto del negocio de *Programación de Video* orientadas a corregir los riesgos identificados en el mercado relevante y, en la medida que determine el Pleno del Instituto: (i) en los servicios complementarios cuando se trate de las obligaciones de separación entre AT&T/Time Warner con Sky México y también respecto de HBO LAG; y (ii) tratándose de las *Obligaciones de Acceso*, en los mercados relevantes.

Los elementos de *servicios complementarios* en la definición de *Programación de Video* y de *mercados relacionados* en la definición de *Obligaciones de Acceso* favorecen que las condiciones se adapten a la evolución del mercado relevante y sus actuales o futuros *servicios complementarios o mercados relacionados*.

Esta definición correspondería únicamente a las actividades del agente económico que resulte de la Operación (AT&T/ Time Warner) sin incluir a HBO LAG en tanto exista una separación (funcional de grado legal⁹¹) a la que se sujetarían en términos de los numerales 16 y 17 siguientes.

1.2. La definición de *Obligaciones de Acceso*, como se señala en párrafos anteriores, está vinculada y es proporcional al mercado relevante en el que la Operación, en los términos originalmente notificados, habría generado riesgos al proceso de competencia y libre concurrencia. Un elemento favorable en esta definición es que incorpora parcialmente lo dispuesto en la fracción II del artículo 64 de la LFCE que a la letra se refiere a los siguientes riesgos en una concentración: *"tenga o pueda tener por objeto o efecto establecer barreras a la entrada, impedir a terceros el acceso al mercado relevante, a mercados relacionados o a insumos esenciales, o desplazar a otros Agentes Económicos"*.

De tal forma que, en el caso específico, el propósito es contrarrestar el riesgo de que la Operación tenga o pueda tener por objeto o efecto establecer barreras a la entrada e impedir el acceso, a un segmento de proveedores del STAR, competidores de Sky México y del GIETV, a la provisión de Canales Restringidos de Time Warner y, en consecuencia, el desplazamiento de esos

⁹¹ Una separación de grado legal se presenta entre entidades jurídicas separadas y gobiernos independientes pero con propietarios comunes. Ver *Martin Cave (2006) Six Degrees of Separation: Operational Separation as a Remedy in European Telecommunications Regulation*. Disponible en: https://mpr.a.uib.uni-muenchen.de/3572/1/MPRA_paper_3572.pdf

Agentes Económicos proveedores en el mercado relacionado de provisión del STAR; por lo que, no se acepta la condición propuesta y, en su lugar, se establece una condición en los siguientes términos:

Obligaciones de Acceso significa la obligación de Grupo AT&T y Time Warner de atender todas las solicitudes de acceso a Programación de Video que realice cualquier Operador STAR, debiendo abstenerse de realizar actos que tengan o puedan tener por objeto o efecto, establecer barreras a la entrada e impedir el acceso a la Programación de Video y el desplazamiento en el mercado relacionado de provisión del STAR. (Énfasis en el texto modificado)

Lo anterior, porque en términos de esta Resolución, las actividades económicas en las que participan los Operadores de STAR han sido definidas como el mercado relacionado de *provisión del STAR*.

1.3. La definición de *Personal Restringido o Persona Restringida* propuesta en el numeral 7 es relevante para la instrumentación de las medidas propuestas en los numerales 12 a 15 (de la *Separación de los Consejeros de Sky México y las Operaciones de Time Warner*) así como los numerales 16 a 18 (de la *Separación de las Actividades de HBO LAG*).

La definición de *Personal Restringido o Persona Restringida* presentada en el numeral 7 de la Propuesta de Condiciones identifica a las personas que no podrían ser integrantes del Consejo de Administración de Sky México. Esta definición excluye a cualquier funcionario o empleado del Grupo AT&T y Time Warner.

Así, la definición de *Personal Restringido o Persona Restringida* será efectiva únicamente si:

- a) El agente económico resultante de la Operación mantiene la separación de HBO LAG. Esta situación debe permanecer para que la definición contribuya a la efectividad de las condiciones presentadas en los numerales 12 a 15 de la Propuesta de Condiciones, que corresponden a la *Separación de los Consejeros de Sky México y las Operaciones de Time Warner*. Con propósito de añadir claridad y precisión sobre los alcances de esta definición, resulta necesario adecuar el texto del numeral 7 de la Propuesta de Condiciones; y
- b) Que las personas así definidas tampoco podrían (i) ocupar un empleo, cargo o comisión en Sky México o en las personas morales que estén bajo el control o influencia de esa sociedad; (ii) participar o tener autoridad en la toma de decisiones que trasciendan de forma significativa en la situación administrativa, financiera, operacional o jurídica de Sky México o en las

personas morales que estén bajo el control o influencia de esa sociedad.⁹² A estas personas, para propósitos de los numerales 12 a 15 de la Propuesta de Condiciones (de la *Separación de los Consejeros de Sky México y las Operaciones de Time Warner*) se les identificará como «*Personal Relevante*». Este concepto, puede introducirse en el numeral 12, incisos a y b, de la Propuesta de Condiciones.

1.4. Las entidades sujetas al cumplimiento de las medidas presentadas a la Propuesta de Condiciones incluyen a AT&T y Time Warner, quienes, en última instancia, son responsables de realizar o participar en las actividades económicas en los mercados relevante y relacionado en los que, como resultado de la Concentración, pueden existir riesgos al proceso de competencia y libre concurrencia.

2. Medida de separación (horizontal) en la provisión de Canales Restringidos

HBO LAG, como se señala en las secciones 5.1. inciso B.1 y 5.3 de esta Resolución, actualmente se encuentra bajo el control conjunto de Time Warner y Ole Communications y, según las Partes, opera de forma independiente de las demás operaciones de Time Warner. Por esta razón, es razonable que en tanto sus operaciones se encuentren sujetas a las medidas señaladas en los numerales 16 a 18 de la Propuesta de Condiciones, no sería necesario incorporarlas a otras medidas conductuales, pues su cumplimiento efectivo mantendría el estado de las cosas como antes de la Operación (i.e. como actualmente opera Time Warner), en términos de lo que han precisado las Partes.

Tal y como se desprende del texto del numeral 5 de la Propuesta de Condiciones, en caso que la separación entre AT&T/Time Warner y HBO LAG se extinga, las actividades de HBO LAG respecto de los Contratos de *Programación de Video*, se sujetarían a las condiciones 18, 19 y 20.

Además, las operaciones de HBO LAG quedan comprendidas dentro de los alcances de las obligaciones de proporcionar la información que requiera el Instituto en cualquier momento, en términos del numeral 28, que resulte necesaria para verificar el cumplimiento de las condiciones aquí establecidas.

Mantener las operaciones de HBO LAG separadas de las demás operaciones en el negocio de *Programación de Video* de Time Warner, los riesgos identificados en el Considerando Séptimo se reducen significativamente, toda vez que HBO LAG tiene una participación agregada en la provisión y

⁹² Este concepto se adopta tomando como referencia al término *Directivos Relevantes* prevista en la fracción IV del artículo 2 de la Ley del Mercado de Valores.

licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales de [REDACTED] en dos mil dieciséis [REDACTED] como se refiere en el Cuadros 7 y 10 de esta Resolución, y la entidad resultante AT&T/Time Warner tendría la capacidad que corresponde ahora a los Canales Restringidos Propios de Time Warner y de los que comercializa a terceros, que en dos mil dieciséis, era de [REDACTED].

Así, los efectos anticompetitivos identificados en el Considerando Séptimo, consistentes en el establecimiento de barreras a la entrada, impedimento a proveedores del STAR al acceso al mercado relevante de provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales o a mercados relacionados, o desplazamiento a otros Agentes Económicos se atenuarían significativamente por virtud de esta medida, toda vez que la entidad resultante de la Operación AT&T/Time Warner no determinaría los términos y condiciones de acceso a la *Programación de Video* para el STAR sobre todos los Canales Restringidos que provee HBO LAG.

3. Medidas de separación (vertical) entre AT&T/Time Warner con Sky México

Con base en las definiciones propuestas en los numerales 7, 8, 9 y 10, se identifica que los numerales 12 a 15 de la Propuesta de Condiciones se refieren a una separación entre las actividades de Sky México y el negocio de provisión de acceso a *Programación de Video de AT&T/Time Warner*.

En el Considerando Séptimo de esta Resolución, se identifica que el vínculo estructural que AT&T/Time Warner tendría en Sky México genera riesgos de posible coordinación con el GIETV. En Sky México se vincularían entonces dos agentes económicos que, en lo individual, tienen participaciones significativas en la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores del STAR (i.e. el mercado relevante definido en el Considerando Sexto. Este elemento genera los riesgos de efectos anticompetitivos (verticales y de coordinación) identificados en el Considerando Séptimo de esta Resolución.

Estas medidas, permitirían mantener la participación de AT&T en Sky México en las condiciones que existen antes de la Operación, toda vez que las personas que ejercieran los derechos de AT&T en Sky México deberán mantener una separación respecto de la *Programación de Video* de la entidad resultante AT&T/Time Warner.

Las obligaciones propuestas en términos de los numerales 7, 8, 9, 10 y 12 de la Propuesta de Condiciones son:

- (i) *Sky México* se define para incluir a todas las personas que se encuentran, directa o indirectamente, bajo el control o influencia de la persona moral en la que AT&T tiene una participación accionaria y derechos de influencia (i.e. Inova, S. de R.L. de C.V.).
- (ii) Los miembros del Consejo de Administración o de un órgano de decisión equivalente de *Sky México* no pueden ser:
 - Personas que directa o indirectamente participen o tengan autoridad en la toma de decisiones respecto de la preparación, negociación o administración de las Condiciones de Acceso en la Programación de Video de AT&T y Time Warner, y
 - Personas que formen parte de HBO LAG.

De esta forma, se reduce en forma significativa el riesgo de efectos que puedan tener como objeto y efecto facilitar sustancialmente a AT&T/Time Warner y el GIETV el ejercicio de conductas prohibidas por la LFCE, y particularmente las prácticas monopólicas absolutas, identificado en el Considerando Séptimo.

En cuanto a la **capacidad y los incentivos** unilaterales y coordinados de AT&T/Time Warner para favorecer las operaciones de *Sky México* y establecer barreras a la entrada, impedir el acceso al mercado relevante o mercados relacionados o desplazar del mercado relacionado en perjuicio de terceros Operadores STAR, ajenos al GIETV, los **riesgos persisten** aunque en menor medida a los previstos en el Considerando Séptimo pues, en función de la separación respecto de HBO LAG, se tendría por reducida la capacidad de AT&T/Time Warner tras la Operación para implementar acciones con fines anticompetitivos.

Así, el compromiso de establecer y mantener una separación entre las actividades de *Sky México* y el negocio de *Programación de Video* de Time Warner constituye una condición necesaria pero no suficiente para prevenir los riesgos de efectos anticompetitivos derivados de la Operación.

Como se identifica en la sección 5.6 y el Considerando Séptimo de esta Resolución:

- Antes de la Operación, Time Warner tiene una participación significativa en la provisión y licenciamiento de canales de programación y paquetes de canales a proveedores de STAR a nivel nacional, y da el acceso en condiciones diferentes a distintos Operadores de STAR que responde a los incentivos de maximizar los beneficios en el negocio de *Programación de Video*.

- La Operación no modificaría (no incrementa) esta capacidad para AT&T/Time Warner.
- Lo que la Operación modificaría para el agente económico resultante son los incentivos de *discriminar* para hacerlo con objeto o **efectos anticompetitivos** de establecer barreras a la entrada, impedir el acceso al mercado relevante o mercados relacionados o desplazar del mercado relacionado en la provisión del STAR, o generar ventajas exclusivas para *Sky México* en perjuicio de otros Operadores STAR.

Por lo anterior, además, se identifica necesario establecer obligaciones de información *ex post* para verificar que las condiciones en la provisión de acceso a la *Programación de Video* no serán discriminatorias con efectos anticompetitivos respecto de las operaciones de AT&T/Time Warner que no incluyen a HBO LAG.

4. Medidas conductuales a las que se sujetaría la entidad resultante AT&T/ Time Warner

En términos de los numerales 11 y 19 de la Propuesta de Condiciones, Grupo AT&T y Time Warner se obligan a establecer y hacer cumplir las siguientes medidas:

- (i) (Numerales 11 y 19 inciso a) Deberán recibir y negociar todas las solicitudes de acceso a la Programación de Video que realice cualquier Operador STAR sobre el acceso a la *Programación de Video*. Esta condición atiende el riesgo identificado en el Considerando Séptimo, previsto en la fracción II del artículo 64 de la LFCE.
- (ii) (Numeral 19 inciso b) Informar por escrito a los Operadores de STAR de las *Obligaciones de Acceso*. De esta forma, se reducen asimetrías en la información de los Operadores de STAR ante AT&T/Time Warner sobre el estándar de trato que se impone a AT&T/Time Warner con las *Obligaciones de Acceso*. De tal forma que los Operadores de STAR podrán informar a esta autoridad cuando consideren que las negociaciones con AT&T/Time Warner tienen como objeto o efecto establecer barreras a la entrada, impedirles el acceso al mercado relevante o a mercados relacionados, o desplazarlos.

- (iii) (Numeral 19 inciso c) Ofrecer términos y condiciones similares en las negociaciones de solicitudes comparables de acceso en la industria del STAR. De esta forma, se protege la posibilidad de que cada Operador de STAR se beneficie de las posibles alternativas de contratación que les sean más convenientes, de acuerdo con sus condiciones específicas. Ello, en el entendido que el mercado relevante y el mercado relacionado definidos en el Considerando Sexto de esta Resolución son actividades en las que los participantes buscan diferenciarse, lo cual es favorable para el proceso de competencia económica, en tanto no tengan como objeto o efecto establecer barreras a la entrada, impedirles el acceso al mercado relevante o a mercados relacionados, o desplazarlos.
- (iv) (Numeral 19 inciso d) Proveer de tres niveles jerárquicos de administración para supervisar las negociaciones con proveedores de STAR. Este elemento permitirá escalar la atención de las negociaciones, en el entendido que se realizarán con el objeto de favorecer el dar acceso al Operador del STAR y no en conductas dilatorias para el acceso, pues de ser el caso se encontrarían en incumplimiento del propósito explícitamente establecido en las *Obligaciones de Acceso*. Además, el Instituto podrá conocer en todo momento de la evolución de las negociaciones para tener una intervención oportuna en los casos necesarios.
- (v) (Numeral 19 inciso d(i)) Para efectos de lo previsto en la condición anterior, AT&T/Time Warner se obligan a mantener registros de todas las negociaciones que en los casos requeridos, deberá proporcionar a esta autoridad (en ejercicio de la condición prevista en el Numeral 28) para verificar que tanto las negociaciones como los términos finalmente pactados con los Operadores de STAR cumplen con las *Obligaciones de Acceso*.
- (vi) (Numeral 19 inciso d (ii)) Al término de las negociaciones, un proveedor que considere que recibió una oferta que tuvo o pudo tener por objeto o efecto establecer barreras a la entrada, impedirle el acceso al mercado relevante, a mercados relacionados, o desplazarlo del mercado relevante será informado de que se encuentra en posibilidad de acudir con la Unidad de Competencia del Instituto;
- (vii) (Numeral 19 inciso d (iii)) Un Operador de STAR que dé aviso al Instituto no podrá ser objeto de acciones que pudiesen constituir represalias o castigos, y

- (viii) (Numeral 19 inciso e) Para determinar los términos y condiciones ofrecidos por Time Warner a proveedores STAR se tomarán como referencia las prácticas de Time Warner antes de la Operación y los términos y condiciones aplicados a las negociaciones con Operadores de STAR en los que AT&T participe, directa o indirectamente.

El objeto de las medidas conductuales a las que se sujetaría la entidad resultante AT&T/ Time Warner tratándose de la *Programación de Video* tienen el propósito de proteger a solicitantes de acceso de conductas que tengan por objeto o efecto imponerles barreras a la entrada, impedirles ese acceso o desplazarlos en la provisión del STAR. Por esta razón, es necesario que tengan conocimiento de que cualquiera pueda acudir en cualquier momento a este Instituto cuando considere que recibió una oferta que tuvo o pudo tener alguno de esos. Por ello, no se acepta la condición propuesta en el inciso (ii) del punto d. del numeral 19 de la Propuesta de Condiciones y, en su lugar, se establece una condición en los siguientes términos:

Al término de las negociaciones, Hacer del conocimiento del Operador STAR correspondiente, que se encuentra en posibilidad de acudir a la Unidad de Competencia Económica del Instituto, ya sea mediante la presentación de un escrito en la Oficialía de Partes del Instituto o mediante correo electrónico a oficialiacompetencia@ift.org.mx, u otra designada por el Instituto, en caso de que considere haber recibido una oferta en condiciones que tengan por objeto o efecto, establecer una barrera a la entrada, impedirle el acceso al mercado relevante o a mercados relacionados, o desplazarle del mercado relevante; y (Énfasis en texto modificado).

5. *Obligaciones de informar de las condiciones de acceso a la programación de Video que prevalecen antes de que surta efectos la operación*

En el numeral 20 se propone la obligación de informar de los elementos o las variables que determinan los términos y las condiciones en los que Time Warner da acceso a la *Programación de Video* a los Operadores de STAR. Así, se tendrán como referente las condiciones prevalecientes antes de la Operación para, aunado a la información *ex post* a la que se refieren los numerales 21 y 28 de la Propuesta de Condiciones, puedan tenerse elementos para determinar si tras la Operación, esos términos y condiciones tienen un objeto o efecto anticompetitivo; o bien, si son consistentes con lo que ocurría antes de la Operación, para una implementación efectiva de lo propuesto en el numeral 19. Tomando en consideración de que la *Programación de Video* es una actividad económica en evolución tecnológica y comercial, se considera

que AT&T y Time Warner podrán actualizar estas referencias, o bien, hacerlo como resultado de una orden del Instituto en términos del Numeral 26 de la Propuesta de Condiciones.

Respecto al informe al que se refiere el numeral 20 de la Propuesta de Condiciones de Condiciones, debe precisarse que la obligación de Grupo AT&T y Time Warner es la de ofrecer toda la información y la documentación que explique y acredite cuáles son los elementos con base en los cuales se negocian las solicitudes de acceso a la *Programación de Video*. No obstante, corresponde a este Instituto establecer a partir de los elementos aportados por ellos, cuáles son los que tomará en consideración para los efectos previstos en la Medida 19, inciso e). Por tal razón, se hace necesario precisar por una parte lo que corresponde a las obligaciones de Grupo AT&T y Time Warner para rendir el informe detallado; y especificar la facultad del instituto para establecer los elementos que servirán de referencia para evaluar lo previsto en la Medida 19, inciso e). El elemento que se adiciona constituye un elemento para facilitar la verificación *ex post* de las condiciones en las que haya atendido las solicitudes de acceso a la *Programación de Video*, lo que se realizará caso por caso. Además, en el numeral 20 es necesario incluir incisos adicionales para establecer los plazos y condiciones para acreditar obligaciones establecidas en los numerales 12, 16, 18 y 19 de la Propuesta de Condiciones. En consecuencia, en el numeral 20 se establecen las siguientes condiciones:

"Dentro de los 30 días siguientes a la presentación a ese Instituto del aviso de consumación de la Operación Notificada en los términos del artículo 23 de las Disposiciones Regulatorias, el Grupo AT&T remitirá al Instituto:

- i. Un informe detallado del alcance de todos los elementos que determinen los términos y condiciones de los contratos de Programación de Video de Time Warner con Operadores STAR y Sky México vigentes antes del cierre de la Operación Notificada, así como la documentación que sustente la información contenida en dicho informe respecto de las condiciones de acceso.

Dicha documentación incluye pero no se limita a los contratos con Operadores STAR y sus modificaciones, (excluyendo aquella información de HBO LAG, en tanto el Grupo AT&T y Time Warner se sujeten a las medidas previstas en los numerales 16 y 17 anteriores).

El Instituto determinará el cumplimiento de este inciso en un plazo no mayor a 3 (tres) meses. En caso de que se considere que el Informe no contiene los elementos necesarios para analizar y evaluar los términos y condiciones de acceso a la Programación de Video,

entonces, el Pleno del Instituto determinará lo conducente para efectos de la Medida 19, inciso e).

- ii. Un listado del Personal Restringido, Personal Relevante, Consejeros de Sky México y Consejeros de HBO LAG, en el que se indiquen sus nombres y fecha de designación en el cargo o puesto correspondiente. Para el caso del Personal Restringido y Personal Relevante, deberá identificar el cargo y funciones de cada uno.
- iii. Los documentos que acrediten las manifestaciones, bajo protesta de decir verdad, del Personal Restringido, Personal Relevante y Consejeros de Sky México, en términos del numeral 12.
- iv. Presentar para conocimiento del Instituto, la documentación que acredite la implementación de las políticas internas y barreras que limiten el acceso a información referidas en el numeral 16.
- v. Los documentos que acrediten que Grupo AT&T ha informado a los Consejeros de HBO LAG y su Personal Restringido de las obligaciones previstas en los numerales 16 a 18 anteriores.
- vi. Los documentos, que describan los niveles jerárquicos de administración que serán establecidos para supervisar las negociaciones con proveedores de STAR, en términos del numeral 19.

Respecto al inciso i. anterior, el Grupo AT&T podrá, en cualquier momento en tanto permanezcan vigentes las condiciones previstas en esta resolución, presentar un informe complementario, junto con la documentación de soporte referida, informando al Instituto de modificaciones relevantes a los términos y condiciones de contratación con Operadores STAR para el acceso a Programación de Video. El Instituto analizará el contenido del informe respectivo y determinará, en su caso, si dichas modificaciones deberán considerarse como una actualización a los parámetros a que se refiere el numeral 19 (e) anterior.

Tratándose de cambios a la información señalada en los incisos ii. a vi. anteriores, el Grupo AT&T deberá informar al Instituto dentro de un plazo menor a treinta días las actualizaciones correspondientes, y en su caso, acompañarlas de la documentación que las acredite.

La información presentada con motivo de cualquier tipo de reporte, será clasificada por el Instituto como pública, reservada y/o confidencial, según corresponda, en términos de lo previsto en la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública ("LGTAIP"), así como cualquiera disposición vigente en materia de clasificación que resulte aplicable."
(Énfasis en el texto modificado)

6. Mecanismos de reporte

En consistencia con lo arriba señalado, resultan necesarias y suficientes las medidas propuestas en los numerales 20, 21 y 28 que proponen *Mecanismos de Reporte* mediante las cuales el agente económico resultante de la Operación se obliga a entregar en forma periódica (i.e. cada seis meses) y a solicitud del Instituto para verificar el cumplimiento de las condiciones establecidas.

Las obligaciones de información *ex post* se consideran mecanismos adecuados para verificar el cumplimiento de las medidas que obligan a la separación entre los negocios de STAR y de *Programación de Video*; y las que obligan a dar un acceso a la *Programación de Video* a Time Warner de modo en que se evite el establecimiento de barreras a la entrada, el impedimento del acceso al mercado relevante o mercados relacionados o el desplazamiento del mercado relevante en perjuicio de proveedores de STAR ajenos a Sky México y el GIETV.⁹³

7. Instrumentos para verificar el cumplimiento

En lo que respecta al numeral 25 de la Propuesta de Condiciones, ésta se ajusta a los términos de los artículos 132 y 133 de la LFCE, y considera la aplicación de cualquier disposición legal que los sustituya, así como a las demás disposiciones que resulten aplicables. Es de precisar que el Instituto iniciará un procedimiento incidental relativo al cumplimiento de las condiciones sólo en caso de que tenga indicios o una causa objetiva de un posible incumplimiento por parte del Grupo AT&T o Time Warner a alguna de las condiciones y/u obligaciones a las cuales se sujete la autorización de la Operación.

En concordancia con lo señalado en el numeral 26 de la Propuesta de Condiciones, el artículo 127, fracción IX de la LFCE faculta al Pleno del Instituto para sancionar a AT&T/Time Warner conforme a lo dispuesto en la Ley. Los resultados de los procesos de verificación de cumplimiento de las medidas por la vía incidental se sujetarán, en su caso, a las sanciones previstas en la LFCE.

8. Vigencia de las medidas

En las medidas 22, 23 y 24, las Partes proponen los siguientes periodos de vigencia para las medidas:

⁹³ Estas medidas son consistentes con precedentes decisorios del Instituto. Véase, por ejemplo, Medida Décimo Octava 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.

- En el numeral 22, que la condición y/u obligación de reportar prevista en el numeral 21 expirarán y dejarán de ser aplicables al cumplirse el séptimo aniversario de la fecha en que las Partes presenten a ese Instituto el aviso informando del cierre de la Operación; y
- En el numeral 23, que en caso de que exista un cambio en las circunstancias que motivaron la inclusión de las presentes condiciones y/u obligaciones, el Grupo AT&T podrá presentar a consideración del Instituto, una solicitud por escrito para la cancelación o modificación de dichas condiciones y/u obligaciones, o
- En el numeral 24, que no obstante lo previsto en el los numerales 22 y 23, una vez transcurridos 3 (tres) años a partir de la fecha en que las Partes presenten a ese Instituto el aviso de cierre informando del cierre de la Operación, las obligaciones establecidas en el presente serán revisadas por el Instituto a solicitud del Grupo AT&T, a fin de determinar si, derivado de modificaciones en las circunstancias consideradas por ese Instituto para imponer dichas obligaciones, se justifica su cancelación o modificación.

Toda vez que el análisis de concentraciones tiene un carácter prospectivo, es previsible que las condiciones de competencia en los mercados en los que se identifican los riesgos de la Operación cambien en virtud de:

- a) Que GTV, en términos de la Resolución emitida en el Acuerdo P/IFT/EXT/060314/77 que lo declara como AEPR, se encuentra sujeto a medidas específicas como proveedor de contenidos audiovisuales; y evaluaciones bienales para determinar si las medidas impuestas se suprimen, modifican o adicionan;
- b) Que GTV ha sido declarado por el Pleno del IFT como agente económico con poder sustancial de mercado de STAR en el territorio nacional y, se iniciará un procedimiento en términos del artículo 281 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión para, en su caso, imponerle obligaciones específicas. En la determinación de existencia de poder sustancial de mercado en el STAR se identificó que su posición existe debido, entre otros elementos, a su importancia relativa como proveedor de contenidos audiovisuales para el STAR y otras plataformas;

- c) Que los mercados de contenidos audiovisuales para el STAR y servicios complementarios se encuentran en un proceso evolutivo respecto de los cuales se puede prever que la posición del STAR como plataforma de contenidos audiovisuales para los usuarios finales pueda modificarse en un plazo menor a los siete años contados a partir de la fecha en que las Partes presenten a ese Instituto el aviso informando del cierre de la Operación.

Por lo anterior, las medidas presentadas en los numerales 22 a 24 de la Propuesta de Condiciones se consideran razonables y proporcionales con la corrección que se pretende.

9. Clasificación de la información

En los numerales 20 y 21 de la Propuesta de Condiciones, las Partes proponen que cualquier información y documentación presentada en términos de esos numerales sea considerada como comercialmente sensible, de conformidad con las protecciones establecidas en las leyes en materia de transparencia y acceso a la información pública.

Esta propuesta no es aceptable en los términos planteados. A este respecto, el artículo 3 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública establece:

"Artículo 3. toda la información generada, obtenida, adquirida, transformada o en posesión de los sujetos obligados en el ámbito federal, a que se refiere la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública y esta Ley, es pública, accesible a cualquier persona y sólo podrá ser clasificada excepcionalmente como reservada de forma temporal por razones de interés público y seguridad nacional o bien, como confidencial. Los particulares tendrán acceso a la misma en los términos que estas leyes señalan."

Por ende, toda información y documentación presentada por los agentes económicos en cumplimiento de las medidas que esta autoridad les imponga, se sujetará a las disposiciones previstas en la ley aplicable en materia de transparencia y acceso a la información pública.

9.2. Condiciones que se establecen a la entidad resultante AT&T/Time Warner

Así, con base en lo dispuesto en el último párrafo del artículo 91 de la LFCE, este Instituto establece las condiciones a las que deberá sujetarse la Operación para prevenir posibles efectos contrarios a la libre competencia y al proceso de competencia que de ella derivan, en los siguientes términos:

Definiciones

1. *Grupo AT&T* significa AT&T Inc. y sus Afiliadas (según dicho término se define más adelante). Para estos efectos, Grupo AT&T tiene una participación en Sky México (según dicho término se define más adelante).
2. *Afiliada(s)* de cualquier persona significa cualquier persona directa o indirectamente, controladora de, controlada por o vinculada mediante influencia significativa con, según determine el Instituto, dicha persona al momento en que se realice la determinación de afiliación.
3. *HBO LAG* significa, individual y conjuntamente, las personas morales que, de tiempo en tiempo, se encuentren bajo el control conjunto en última instancia, directa o indirectamente, de Home Box Office Inc. (y cualquiera de sus Afiliadas) y Ole Communications, Inc. (y cualquiera de sus Afiliadas) que realizan actividades bajo el nombre de HBO Latin America o HBO Latin America Group o que realizan negocios como parte de la coinversión conocida como HBO Latin America Group, incluyendo, sin limitar, a HBO Ole Partners, HBO Brasil Partners, HBO Ole Distribution LLC, HBO Latin American Productions Services, L.C. y a cualquiera de sus subsidiarias actualmente o en el futuro.
4. *Time Warner* significa Time Warner Inc. y sus Afiliadas.
5. *Programación de Video* significa la programación lineal de canales o contenidos audiovisuales, licenciados, individualmente o en paquete, directamente por Time Warner y sus Afiliadas a Operadores STAR (según dicho término se define más adelante) (pero sin incluir la programación lineal de canales o contenidos audiovisuales, licenciados por HBO LAG en tanto el Grupo AT&T y Time Warner se sujeten a las medidas previstas en los numerales 16 y 17 siguientes), incluyendo contenidos licenciados a Operadores STAR que a su vez éstos los ofrecen a suscriptores a través de servicios de pago por evento (pay-per-view) y servicios complementarios.
6. *Operadores STAR* significa cualquier entidad autorizada para prestar servicios de televisión y audio restringido ("STAR") en cualquier región dentro de México.
7. *Personal Restringido o Persona Restringida* significa cualquier funcionario o empleado del Grupo AT&T y Time Warner que, directa o indirectamente, participe o tenga autoridad en la toma de decisiones respecto de la preparación, negociación o administración de los convenios, contratos y/o acuerdos de Programación de Video (según se define más adelante), así como respecto a las estrategias comerciales relacionadas (en conjunto, "Condiciones de Acceso").

Esta definición no incluye a directivos, funcionarios o empleados de Sky México, según dicho término se define más adelante. En tanto AT&T y Time Warner mantengan la separación de HBO LAG, tampoco se incluirá en esta definición a los distintos directivos, funcionarios o empleados de HBO LAG, distintos de los Consejeros de HBO LAG.

8. *Sky México* significa Innova, S. de R.L. de C.V., Corporación Novavisión, S. de R.L. de C.V., Corporación de Radio y Televisión del Norte de México, S. de R.L. de C.V. y/o Novabox S. de R.L. de C.V., así como cualquier persona que actualmente o en el futuro, se encuentre vinculada mediante influencia significativa o control con dichas sociedades. Para efectos de esta definición, el término definido *Sky México* no incluirá al Grupo AT&T.
9. *Consejero de Sky México* significa cualquier miembro del consejo de administración u órgano de decisión equivalente de Sky México designado por el Grupo AT&T. Todo Consejero de Sky México deberá ser seleccionado por su experiencia, capacidad y prestigio profesional. Asimismo, los miembros del consejo de administración de AT&T, sus funcionarios o empleados que, en su caso, designen a cada Consejero de Sky México, calificarán la independencia de éstos respecto a la Programación de Video, incluyendo su independencia de cualquier participación o autoridad respecto a las Condiciones de Acceso (según se dicho término se define en el numeral 7 anterior). Los Consejeros de Sky México que durante su encargo dejen de reunir alguno de los requisitos previstos en este numeral, deberán, previo a que se presente tal circunstancia, hacerlo del conocimiento de aquella persona o personas que en su caso, lo hayan nombrado. Adicionalmente, ningún Consejero de Sky México deberá:
 - a. Ser Personal Restringido o Persona Restringida (según dicho término se define en el numeral 7 anterior); y
 - b. Participar o tener autoridad en la toma de decisiones respecto de la preparación, negociación o administración de los convenios, contratos y/o acuerdos de Programación de Video (según se define más adelante) ni respecto a las estrategias comerciales relacionadas.
10. *Consejero de HBO LAG* significa cualquier miembro del consejo de administración de HBO LAG designado por Time Warner o por el Grupo AT&T.
11. *Obligaciones de Acceso* significa la obligación de Grupo AT&T y Time Warner de atender todas las solicitudes de acceso a Programación de Video que realice cualquier Operador STAR, debiendo abstenerse de realizar actos que tengan o puedan tener por objeto o efecto, establecer barreras a la entrada

e impedir el acceso a la Programación de Video y el desplazamiento en el mercado relacionado de provisión del STAR.

Condiciones

Separación de los Consejeros de Sky México y las Actividades de Time Warner

12. En adición a lo previsto en el numeral 9 anterior, el Grupo AT&T y Time Warner se obligan a establecer y hacer efectivas las siguientes medidas de protección:

a. Ningún Personal Restringido podrá ser un Consejero de Sky México o Personal Relevante de Sky México, ni podrá reportar directa o indirectamente a ningún Consejero de Sky México o Personal Relevante de Sky México, ni podrá compartir con ningún Consejero de Sky México o Personal Relevante de Sky México, información que no se encuentre públicamente disponible relacionada con los contratos de Programación de Video y con las estrategias comerciales relacionadas.

b. Ningún Consejero de Sky México o Personal Relevante de Sky México reportará directa o indirectamente a ningún Personal Restringido, ni compartirá con ningún Personal Restringido ni con ningún Consejero de HBO LAG, información que no se encuentre públicamente disponible relacionada con Sky México, obtenida con motivo de su encargo de Consejero de Sky México o como Personal Relevante de Sky México.

Para efectos de este numeral, por *Personal Relevante* se entenderán las personas que ocupen un empleo, cargo o comisión en Sky México o en las personas morales que estén bajo el control o influencia de esa sociedad que les permita participar o tener autoridad en la toma de decisiones que trasciendan de forma significativa en la situación administrativa, financiera, operacional o jurídica de Sky México o en las personas morales que estén bajo el control o influencia de esa sociedad.

13. Cada Personal Restringido firmará una manifestación, bajo protesta de decir verdad, mediante la cual se obligue a cumplir personalmente con las obligaciones establecidas en el punto 12 anterior.

14. Cada Consejero de Sky México firmará una manifestación, bajo protesta de decir verdad, mediante la cual se obligue a cumplir personalmente con las obligaciones establecidas en el punto 12 anterior.

15. Con fines de claridad, los Consejeros de Sky México podrán compartir información sobre Sky México con el Grupo AT&T, en la medida en que sea permitido o requerido por la legislación aplicable o lo requieran sus funciones legales y financieras del Grupo AT&T en el curso ordinario del negocio. Lo anterior, en el entendido de que las personas a las que se proporcione dicha

información estarán sujetas a las mismas restricciones establecidas en el punto 12 anterior.

Separación de las Actividades de HBO LAG

16. El Grupo AT&T y Time Warner se obligan a establecer y hacer efectivas las siguientes medidas de protección:
 - a. El Grupo AT&T (sin incluir a HBO LAG para efectos de este numeral 16) se asegurará de que la información bajo su posesión que no se encuentren públicamente disponibles contenidas en los Contratos de Programación de Video y en las estrategias comerciales relacionadas de HBO LAG con los Operadores STAR no sea compartida directa o indirectamente con ningún Consejero de Sky México ni con ningún empleado o representante de Sky México. Para ello: (i) se obligan a establecer y hacer efectivas políticas internas adecuadas y barreras que limiten el acceso a dicha información, y (ii) un representante con poderes suficientes del Grupo AT&T firmará una declaración bajo protesta de decir verdad que acredite el establecimiento y/o mantenimiento de tales políticas internas adecuadas y barreras que limiten el acceso a dicha información (firewalls).
 - b. El Grupo AT&T se asegurará de que ninguno de sus empleados y ningún Consejero de Sky México que reciba información sobre los negocios de Sky México que no se encuentre públicamente disponible, pueda actuar como Consejero de HBO LAG.
17. Con fines de claridad, en la medida que sea permitido o requerido por la legislación aplicable, estas condiciones no impedirán compartir información sobre HBO LAG con el Grupo AT&T, en la medida en que lo requieran las funciones legales y financieras dentro del Grupo AT&T en el curso ordinario del negocio; lo anterior, en el entendido de que las personas a las que se proporcione dicha información estarán sujetas a las mismas restricciones establecidas en el punto 16 a. anterior.
18. En tanto el Grupo AT&T y Time Warner se encuentren en cumplimiento de lo dispuesto en las medidas contenidas en los numerales 16 y 17 anteriores, ningún consejero, funcionario o empleado de HBO LAG, estará obligado a presentar una manifestación firmada bajo protesta de decir verdad mediante la cual se obligue a cumplir personalmente con las obligaciones establecidas en el punto 12 anterior. No obstante lo anterior, el Grupo AT&T y Time Warner deberán acreditar ante el Instituto que han informado a los Consejeros de HBO LAG y su Personal Restringido de las obligaciones previstas en los numerales 16 y 17 anteriores.

En caso de que el Instituto identifique que HBO LAG ha dejado de tener una separación con el grupo AT&T y Time Warner, todas las condiciones aplicables a Time Warner, con excepción de la 16 y 17, también serán aplicables a HBO LAG.

Negociaciones Comerciales de los Contratos

19. Con el fin de cumplir con las Obligaciones de Acceso, el Grupo AT&T establecerá y hará efectivas las siguientes medidas de protección:
- a. Time Warner recibirá y negociará de buena fe todas las solicitudes de acceso a la Programación de Video de Time Warner que realice cualquier Operador STAR con base en los términos comunes aplicables en las negociaciones de solicitudes de acceso en la industria de los servicios de televisión y audio restringidos.
 - b. Time Warner deberá hacer del conocimiento de los Operadores STAR que le soliciten acceso a la Programación de Video el contenido de las Obligaciones de Acceso. Para ello, Time Warner comunicará a dichos Operadores STAR por escrito o mediante comunicación electrónica que recibirá y atenderá todas las solicitudes de acceso a la Programación de Video que realizará cualquier Operador STAR en condiciones que no tendrán ni podrán tener por objeto o efecto, establecer barreras a la entrada, impedir a dichos Operadores STAR el acceso al mercado relevante o a mercados relacionados, o desplazarlos del mercado relevante.
 - c. En el curso de las negociaciones, Time Warner deberá ofrecer a los Operadores STAR, términos y condiciones comparables a aquellos ofrecidos a otros Operadores STAR que se encuentren en condiciones similares con los que haya celebrado un convenio, contrato y/o acuerdo de Programación de Video.
 - d. Time Warner deberá proveer de tres niveles jerárquicos de administración, quienes dirigirán y supervisarán las negociaciones con los Operadores STAR. Respecto de todas las negociaciones con un Operador STAR, Time Warner deberá:
 - (i) Conservar un registro de las negociaciones correspondientes e informará de dichas negociaciones al Instituto mediante el mecanismo de reporte previsto en el numeral 21 siguiente;
 - (ii) Hacer del conocimiento del Operador STAR correspondiente, que se encuentra en posibilidad de acudir a la Unidad de Competencia Económica del Instituto, ya sea mediante la presentación de un

escrito en la Oficialía de Partes del Instituto o mediante correo electrónico a oficialiacompetencia@iff.org.mx, u otra designada por el Instituto, en caso de que considere haber recibido una oferta en condiciones que tengan por objeto o efecto, establecer una barrera a la entrada, impedirle el acceso al mercado relevante o a mercados relacionados, o desplazarle del mercado relevante; y

(iii) Abstenerse de llevar a cabo cualquier acción que pudiese constituir una represalia o castigo, ni de ejercer acción alguna en perjuicio de aquellos Operadores STAR por haber hecho uso del procedimiento previsto en el inciso (ii) anterior.

e. Para efectos de determinar si los términos y condiciones ofrecidos por Time Warner a los Operadores STAR que soliciten acceso a la Programación de Video cumplen con las Obligaciones de Acceso, se tomarán como referencia: (i) las prácticas contractuales y comerciales de Time Warner antes de la realización de la Operación Notificada (para este propósito se estará a lo previsto en el numeral 21); y (ii) los términos y condiciones en los que se dé acceso a los Operadores STAR en los que el Grupo AT&T participe, directa o indirectamente, actualmente o en el futuro.

Mecanismos de Reporte y Verificación por el Instituto

20. Dentro de los 30 días siguientes a la presentación a ese Instituto del aviso de consumación de la Operación Notificada en los términos del artículo 23 de las Disposiciones Regulatorias, el Grupo AT&T remitirá al Instituto:
- i. Un informe detallado del alcance de todos los elementos que determinen los términos y condiciones de los contratos de Programación de Video de Time Warner con Operadores STAR y Sky México vigentes antes del cierre de la Operación Notificada, así como la documentación que sustente la información contenida en dicho informe respecto de las condiciones de acceso. Dicha documentación incluye pero no se limita a los contratos con Operadores STAR y sus modificaciones, (excluyendo aquella información de HBO LAG, en tanto el Grupo AT&T y Time Warner se sujeten a las medidas previstas en los numerales 16 y 17 anteriores).

El Instituto determinará el cumplimiento de este inciso en un plazo no mayor a 3 (tres) meses. En caso de que se considere que el Informe no contiene los elementos necesarios para analizar y evaluar los términos y condiciones de acceso a la Programación de Video, entonces, el Pleno del Instituto determinará lo conducente para efectos de la Medida 19, inciso e).

- ii. Un listado del Personal Restringido, Personal Relevante, Consejeros de Sky México y Consejeros de HBO LAG, en el que se indiquen sus nombres y fecha de designación en el cargo o puesto correspondiente. Para el caso del Personal Restringido y Personal Relevante, deberá identificar el cargo y funciones de cada uno.
- iii. Los documentos que acrediten las manifestaciones, bajo protesta de decir verdad, del Personal Restringido, Personal Relevante y Consejeros de Sky México, en términos del numeral 12.
- iv. Presentar para conocimiento del Instituto, la documentación que acredite la implementación de las políticas internas y barreras que limiten el acceso a información referidas en el numeral 16.
- v. Los documentos que acrediten que Grupo AT&T ha informado a los Consejeros de HBO LAG y su Personal Restringido de las obligaciones previstas en los numerales 16 a 18 anteriores.
- vi. Los documentos, que describan los niveles jerárquicos de administración que serán establecidos para supervisar las negociaciones con proveedores de STAR, en términos del numeral 19.

Respecto al inciso i. anterior, el Grupo-AT&T podrá, en cualquier momento en tanto permanezcan vigentes las condiciones previstas en esta Resolución, presentar un informe complementario, junto con la documentación de soporte referida, informando al Instituto de modificaciones relevantes a los términos y condiciones de contratación con Operadores STAR para el acceso a Programación de Video. El Instituto analizará el contenido del informe respectivo y determinará, en su caso, si dichas modificaciones deberán considerarse como una actualización a los parámetros a que se refiere el numeral 19 (e) anterior.

Tratándose de cambios a la información señalada en los incisos ii. a vi. anteriores, el Grupo AT&T deberá informar al Instituto dentro de un plazo menor a treinta días las actualizaciones correspondientes, y en su caso, acompañarlas de la documentación que las acredite.

La información presentada en cumplimiento a este numeral podrá ser clasificada por el Instituto como reservada y/o confidencial, según corresponda, en términos de lo previsto en la ley de materia.

21. El Grupo AT&T presentará a ese Instituto reportes semestralés contados en meses calendario sobre los términos y/o condiciones contenidos en los Contratos celebrados entre el Grupo AT&T con Operadores STAR y Sky México, así como los ofertados.

El reporte incluirá una descripción de los términos y condiciones de los contratos ya celebrados y los que formen parte de las ofertas comerciales durante el periodo reportado, tomando como referencia los elementos incluidos en el reporte que se menciona en el numeral 20 anterior.

El primer periodo semestral para efectos de presentar el reporte comprenderá como fecha inicial, el primer día del mes calendario siguiente al mes en el que se lleve a cabo la consumación de la Operación Notificada, y concluirá a los seis meses calendario siguientes. Cada semestre posterior se actualizará consecutivamente hasta en tanto permanezca vigente la condición respectiva.

El reporte de cada periodo deberá ser presentado a más tardar dentro del primer mes calendario siguiente al en que concluya el periodo a reportarse.

La información presentada en cumplimiento a este numeral podrá ser clasificada por el Instituto como reservada y/o confidencial, según corresponda, en términos de lo previsto en la ley de materia.

22. Sin perjuicio de lo previsto en el numeral 28, la condición y/u obligación de reportar prevista en el numeral 21 expirará y dejará de ser aplicable al cumplirse el séptimo aniversario de la fecha en que las Partes presenten a ese Instituto el aviso de consumación de la Operación Notificada.
23. En caso de que exista un cambio en las circunstancias que motivaron la inclusión de las presentes condiciones y/u obligaciones, el Grupo AT&T podrá presentar a consideración del Instituto, una solicitud por escrito para la cancelación o modificación total o parcial de dichas condiciones y/u obligaciones.
24. No obstante lo previsto en los numerales 22 y 23, una vez transcurridos 3 (tres) años a partir de la fecha en que las Partes presenten a ese Instituto el aviso informando del cierre de la Operación Notificada, las obligaciones establecidas en el presente serán revisadas por el Instituto a solicitud del Grupo AT&T, a fin de determinar si, derivado de modificaciones en las circunstancias consideradas por ese Instituto para imponer dichas obligaciones, se justifica su cancelación o modificación total o parcial.

25. En caso de que el Instituto tenga indicios o una causa objetiva de un posible incumplimiento por parte del Grupo AT&T o Time Warner a alguna de las condiciones y/u obligaciones a las cuales se sujete la autorización de la Operación Notificada, el Instituto iniciará un procedimiento incidental relativo al cumplimiento de las condiciones, en los términos previstos en los artículos 132 y 133 de la Ley (o cualquier disposición legal que los sustituya), así como en las demás disposiciones legales que resulten aplicables.
26. En caso de incumplimiento a cualquiera de las Condiciones aquí listadas, se hará del conocimiento del Pleno del Instituto y se procederá en términos de lo previsto en la LFCE, sin perjuicio de las obligaciones que imponga el Instituto para hacer cumplir dichas Condiciones.
27. En tanto que el Instituto no emita una resolución en el incidente relativo al cumplimiento de las condiciones, el Grupo AT&T podrá acreditar que ha subsanado la conducta materia del procedimiento incidental, situación que el Instituto tomará en consideración antes de resolver.
28. El Instituto en todo momento podrá requerir información al Grupo AT&T que resulte necesaria para verificar el cumplimiento de las condiciones aquí establecidas.

Con base en lo anterior y con fundamento en lo dispuesto por los artículos 28, párrafos décimo quinto, décimo sexto y décimo séptimo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 7, párrafos primero a tercero, de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, publicada en el Diario Oficial de la Federación el catorce de julio de dos mil catorce; 1, 2, 4, 5, párrafo primero, 12, fracciones I, X y XXX, 18, párrafo séptimo, 58, 59, 61, 63, 64, 86, fracción II, 87, fracción I, 88, 89, 90, 91 y 120, párrafo tercero, de la Ley Federal de Competencia Económica publicada en el Diario Oficial de la Federación el veintitrés de mayo de dos mil catorce; 1, 5, 6, 7, 8, 14, 15, 16 y 22, de las Disposiciones Regulatorias de la Ley Federal de Competencia Económica para los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, publicadas en el Diario Oficial de la Federación el doce de enero de dos mil quince; y 1, párrafos primero y tercero, 2, fracción X, 4, fracción I, 6, fracción XXXVII, 7 y 8, del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, publicado en el Diario Oficial de la Federación el cuatro de septiembre de dos mil catorce y modificado mediante acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación el diecisiete de octubre de dos mil catorce, el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones resuelve lo siguiente:

III. RESOLUTIVOS

PRIMERO.- Se autoriza llevar a cabo la Operación notificada por AT&T, Inc., West Merger Sub, Inc. y Time Warner Inc., sujeta a que se cumpla con:

- 1) Las condiciones establecidas en el numeral 9.2 de la presente Resolución, y
- 2) Que dentro del plazo de 10 (diez) días hábiles siguientes a aquél en el que surta efectos la notificación de la presente Resolución, presenten escritos mediante los cuales, las personas dotadas de los poderes suficientes, acepten en su totalidad las condiciones establecidas en el numeral 9.2 de la presente Resolución. En caso de incumplir esta condición, la Operación se tendrá por objetada.

SEGUNDO.- La autorización a que se refiere el resolutive PRIMERO tendrá una vigencia de 6 (seis) meses contados a partir de que surta efectos la notificación de la presente Resolución.

TERCERO.- AT&T, Inc., West Merger Sub, Inc. y Time Warner Inc. deberán presentar ante este Instituto Federal de Telecomunicaciones la documentación que acredite la Realización de la Operación en los términos autorizados en el resolutive primero, dentro de un plazo de 30 (treinta) días naturales contados a partir de la fecha de su realización, misma que tendrá que ocurrir dentro de la vigencia a que se refiere el resolutive SEGUNDO.

CUARTO.- La presente Resolución se otorga en el ámbito de competencia del Instituto Federal de Telecomunicaciones conforme a lo establecido en los artículos 90 de la Ley Federal de Competencia Económica y 28, párrafo décimo séptimo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, sin prejuzgar sobre otras autorizaciones que en su caso AT&T, Inc., West Merger Sub, Inc. y Time Warner Inc., deban obtener de este Instituto u otra autoridad competente, ni sobre otros procedimientos en curso ante otras autoridades.

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

QUINTO.- Notifíquese personalmente la presente Resolución a AT&T, Inc., West Merger Sub, Inc. y Time Warner Inc.



Gabriel Oswaldo Contreras Saclívar
Comisionado Presidente



Adriana Sofia Labardini Inzunza
Comisionada



María Elena Estavillo Flores
Comisionada



Marlo Germán Fromow Rangel
Comisionado



Adolfo Cuevas Teja
Comisionado



Javier Juárez Mojica
Comisionado



Arturo Robles Róvalo
Comisionado

La presente Resolución fue aprobada por el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones en su XXXII Sesión Ordinaria celebrada el 15 de agosto de 2017, en la general por mayoría de votos de los Comisionados Gabriel Oswaldo Contreras Saclívar, Marlo Germán Fromow Rangel, Adolfo Cuevas Teja, Javier Juárez Mojica y Arturo Robles Róvalo; y con los votos en contra de las Comisionadas Adriana Sofia Labardini Inzunza, quien manifiesta la presentación de un voto particular por escrito; y María Elena Estavillo Flores.

En lo particular, el Comisionado Adolfo Cuevas Teja manifiesta que se aparta de los numerales 6.1.2 y 6.2.2 respecto a la Dimensión Geográfica; así como del numeral 6.2.1 en su apartado "Sustitución entre STAR y Servicios DTT"; y del numeral 6.3 en la parte relativa a "Poder Sustancial del GIE TV en la Provisión del STAR".

Lo anterior, con fundamento en los párrafos vigésimo, veintidós y veintitrés, y veintiseis, del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; artículos 7, 16 y 45 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión; 5 y 18 de la Ley Federal de Competencia Económica; así como en los artículos 1, 7, 8 y 12 del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, mediante Acuerdo P/IFT/150817/487.

El Comisionado Marlo Germán Fromow Rangel asistió, participó y emitió su voto razonado en la Sesión, mediante comunicación electrónica a distancia, en términos de los artículos 45 cuarto párrafo de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y 8 tercer párrafo del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones.

VERSIÓN PÚBLICA DEL ANEXO I DEL ACUERDO P/IFT/150817/487

DE LA SESIÓN DEL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES EN SU XXXIII SESIÓN ORDINARIA DEL 2017, CELEBRADA EL 15 DE AGOSTO DE 2017.

LEYENDA DE LA CLASIFICACIÓN

Fecha de Clasificación: 15 de agosto de 2017. **Unidad Administrativa:** Secretaría Técnica del Pleno, de conformidad con los artículos 72, fracción V, inciso c), 98, fracción III y 104 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública ("LFTAIP"); 106, 107 y 110 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública ("LGTAIP"); así como el Lineamiento Séptimo, fracción III, Quincuagésimo Primero al Cuarto, Sexagésimo y Sexagésimo Primero de los Lineamientos Generales en materia de Clasificación y Desclasificación de la Información, así como para la Elaboración de Versiones Públicas ("LGCDIEVP"), así como la versión pública elaborada por la Dirección General de Concentraciones y Concesiones y remitida mediante oficio IFT/226/UCE/DG-CCON/636/2017 de fecha 12 de septiembre de 2017, por contener información **Confidencial**.

Núm. de Resolución	Descripción del asunto	Fundamento legal	Motivación	Secciones Confidenciales
P/IFT/150817/487	Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones autoriza, sujeta al cumplimiento de condiciones, llevar a cabo la Concentración radicada bajo el expediente No. UCE/CNC-004-2016, notificada por AT&T Inc., West Merger Sub Inc. y Time Warner Inc.	Confidencial con fundamento en el artículo 113, 124 y 125 de la Ley Federal de Competencia Económica, en relación con los artículos 113, fracción II de la "LFTAIP" publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 9 de mayo de 2016; así como el artículo 116 de la "LGTAIP", publicada en el DOF el 4 de mayo de 2015; así como el Lineamiento Trigésimo Octavo, y Cuadragésimo de los "LCCDIEVP", publicado en el DOF el 15 de abril de 2016.	Contiene información presentada con carácter Confidencial por los particulares, información relacionada con secretos industriales y comerciales, del Patrimonio de personas morales, así como hechos y actos de carácter económico, contable y administrativo.	Página 7-11 y 13.

.....Fin de la Leyenda.

ANEXO I. Análisis de riesgos para *cerrar el mercado (foreclosure)*

La Operación entre AT&T y Time Warner genera:

- a) Una integración vertical con SKY México que, a su vez, es un proveedor de STAR (mercado relacionado en el downstream) y adquiriente de Canales Restringidos de terceros distintos a Time Warner y GIETV (en el mercado relevante); y
- b) En SKY México, la oportunidad de que tras la concentración el agente económico resultante AT&T/Time Warner pueda usar la participación en el Consejo de Administración (y en general en la conducción de sus actividades económicas) para coordinar sus actividades con el GIETV en el mercado relevante, donde se define el acceso a los Canales Restringidos para los proveedores de STAR; y en el mercado relacionado de provisión de STAR a usuarios finales por parte de SKY México y las personas pertenecientes al GIETV.

Los efectos de la Operación generan riesgos de que las condiciones de acceso a los contenidos de Time Warner puedan ser utilizados con la finalidad de impedir o dificultar el acceso de un competidor al mercado relevante (de acceso a Canales Restringidos, tanto por el lado de la oferta como el lado de la demanda); o bien, a causar el desplazamiento de competidores de SKY México y, su asociado, el GIETV en el mercado relacionado de provisión del STAR.

La literatura económica y los marcos legales en otras jurisdicciones se refieren a estos riesgos como «Anticompetitive *Foreclosure*», los cuales consisten en esencia a una situación de mercado que tenga o pueda tener como objeto o efecto restringir el acceso o generar una barrera de entrada, o causar el desplazamiento de agentes económicos – principalmente competidores actuales o potenciales— a un mercado relevante o uno relacionado. Las conductas orientadas a *cerrar el mercado* pueden consistir en negativas de trato incluso en formas constructivas o tener formas más sutiles de discriminación con efectos anticompetitivos.

A continuación, se presenta un ejercicio cuantitativo que permite identificar si el agente económico resultante de la Operación tendría incentivos a realizar actos que *cierren el acceso al mercado relevante de provisión de Canales Restringidos a los proveedores de STAR con el objeto de favorecer los beneficios que podría recibir en SKY México*. En este ejercicio se emplea la información proporcionada por las Partes y la disponible en el Instituto.

Descripción del Ejercicio Cuantitativo

Este ejercicio toma en cuenta los siguientes supuestos:

1. Si los proveedores de STAR experimentan un aumento de precios por el licenciamiento de canales, éstos trasladarán una parte al usuario final, es decir, aumentarán el precio a los paquetes de STAR ofertados.
2. Con el aumento de precios a los paquetes ofertados de STAR, un porcentaje de los consumidores podrían suspender el uso de STAR; o bien, cambiar de proveedor de STAR y, en éste segundo caso, parte de ellos podría elegir como nuevo proveedor a SKY México o a empresas pertenecientes al GIETV. Esto es, no todos los suscriptores que pierdan los Otros Competidores en el STAR podrían sumarse a la base de suscriptores de SKY México o a los demás proveedores de STAR pertenecientes al GIETV.

Tomando en cuenta la relación que tendría Time Warner con SKY México e indirectamente con GIETV (debido a la participación accionaria de AT&T y GIETV en SKY México) se prevé que:

3. Si AT&T/Time Warner aumentan precios de los Canales Restringidos que controlan, no tendrían capacidad de imponerlos a SKY México y GIETV. Previsiblemente, sólo tendrían la capacidad de hacerlo frente a los Otros Competidores en el STAR. De ahí que se haya concluido que AT&T/Time Warner no obtendrían poder sustancial de mercado relevante, pero sí una capacidad de fijar las condiciones de acceso para un segmento de la demanda de los Canales Restringidos.
4. Al aumentar los precios de los Otros Competidores, éstos sufrirán una pérdida de suscriptores, pues buscarán una mejor opción (menor precio), o bien, pueden dejar de demandar los servicios en el mercado relacionado.
5. Parte de los suscriptores que pierden los Otros Competidores, podrían cambiarse a SKY México y al GIETV.

Para formular el modelo definamos las siguientes variables:

P_o := precio de licenciamiento por suscriptor de los Otros Competidores;

Q_o := suscriptores iniciales de los Otros Competidores;

P_{GTV} := precio de licenciamiento por suscriptor del GIETV;

Q_{GTV} := suscriptores iniciales del GIETV;

P_S := precio de licenciamiento por suscriptor de SKY México;

Q_S := suscriptores iniciales de SKY México;

Q' := suscriptores que pierden los Otros Competidores;

Q'_{GTV} := suscriptores que se cambian al GIETV;

Q'_S := suscriptores que se cambian a SKY México.

Considerando esas definiciones, la variación de los ingresos que percibiría AT&T / Time Warner por parte de los Otros Competidores ante un incremento del precio del licenciamiento de canales sería:

$$\pi_o^0 = P_o Q_o \leftarrow \text{Ingresos sin foreclosure}$$

$$\pi_o^1 = (P_o + \Delta P_o)(Q_o - Q') \leftarrow \text{Ingresos con foreclosure}$$

$$\pi_o^1 - \pi_o^0 = \Delta P_o Q_o - (P_o + \Delta P_o)Q' \leftarrow \text{Variación en los ingresos}$$

La variación de los ingresos que percibiría AT&T / Time Warner por parte del GIETV está dada por:

$$\pi_{GTV}^0 = P_{GTV} Q_{GTV} \leftarrow \text{Ingresos sin foreclosure}$$

$$\pi_{GTV}^1 = P_{GTV}(Q_{GTV} + Q'_{GTV}) \leftarrow \text{Ingresos con foreclosure}$$

$$\pi_{GTV}^1 - \pi_{GTV}^0 = P_{GTV} Q'_{GTV} \leftarrow \text{Variación en los ingresos}$$

Finalmente, la variación de los ingresos que percibiría AT&T / Time Warner por parte de SKY México estaría dada por:

$$\pi_s^0 = P_s Q_s \leftarrow \text{Ingresos sin foreclosure}$$

$$\pi_s^1 = P_s(Q_s + Q'_s) + U_s Q'_s \leftarrow \text{Ingresos con foreclosure}$$

$$\pi_s^1 - \pi_s^0 = P_s Q'_s + U_s Q'_s \leftarrow \text{Variación en los ingresos}$$

Donde U_s representa las utilidades que obtiene AT&T por su participación en SKY México por suscriptor.

De lo anterior, tenemos que la variación total de los ingresos percibidos por AT&T / Time Warner serían:

$$\pi_1 - \pi_0 = \Delta P_o Q_o - (P_o + \Delta P_o)Q' + P_{GTV} Q'_{GTV} + P_s Q'_s + 0.41 U_s Q'_s$$

Para evaluar esta fórmula, se consideran los precios, los suscriptores y los gastos actuales en compra de contenido de SKY México, GIETV y los Otros Competidores, así como las utilidades actuales que obtiene SKY México por suscriptor.

El resultado es que aumentos en el precio por suscriptor de los Canales (Básicos) de Turner ofrecidos por Time Warner a proveedores del STAR, distintos a SKY México y el GIETV, generaría una variación positiva en los ingresos de AT&T/Time Warner después de la concentración.

Esto debido a que, considerando los datos actuales de Time Warner y los proveedores STAR en México:

- i) Las disminuciones del ingreso de AT&T/Time Warner, por la reducción en las ventas de canales de programación y paquetes de canales (consecuencia de la pérdida de suscriptores) a Otros Competidores son prácticamente equivalentes a: los aumentos del ingreso de AT&T/Time Warner, por el incremento en las ventas de canales de programación y paquetes de canales (consecuencia del aumento de suscriptores) a SKY y a las cableras del GIETV.

Es decir, las pérdidas de ingresos/ventas/suscriptores a Otros competidores se compensan con el aumento de ingresos/ventas/suscriptores a SKY y cableras del GIETV.

- ii) Se incrementan las utilidades de SKY México, sociedad en la cual AT&T participa con el 41.3% (cuarenta y uno punto tres por ciento) del capital social y, por lo tanto, con el 41.3% (cuarenta y uno punto tres por ciento) de las utilidades.

Ejercicio Numérico

Se utilizan datos proporcionados por las Partes y la información disponible en el Instituto (el ejercicio se realiza para los años dos mil catorce y dos mil quince, ya que las Partes solo brindaron la información de los ingresos de SKY México para dichos años).

Supuestos y consideraciones tomados para el ejercicio.

Supuestos:

1. AT&T sube el precio, en un 10% (diez por ciento), de los contenidos (canales) de Time Warner a todos los proveedores de STAR excepto a SKY México y al GIETV. Este supuesto es factible debido a la relación que tienen ATT y GIETV por medio de SKY México.
2. El aumento de precios en el licenciamiento de los canales de Time Warner provocaría un aumento en las tarifas de los paquetes ofrecidos a los consumidores finales (suscriptores), pues no todos los proveedores de STAR tendrían la capacidad para absorber el costo extra.
3. Una vez que se realiza el aumento de precios, un porcentaje de los suscriptores dejarán de adquirir el STAR con los Otros competidores. Una parte de estos suscriptores buscará una "mejor opción" (un precio más bajo o elegirán paquetes que dado los nuevos precios relativos, ahora son más atractivos). Las opciones sólo serían a SKY México o GIETV, debido que ellos podrían mantener sus precios; mientras que algunos otros al dejar de adquirir el STAR con sus proveedores ya no lo contratan con alguien más, es decir, salen del mercado.
4. Para el ejercicio se supone que los suscriptores que cambian de proveedor de STAR adquieren todos los Canales Básicos de Turner que ofrecen sus nuevos proveedores (SKY México o el GIETV, según sea el caso), pues éstos se ofrecen empaquetados.

Consideraciones:

Para estimar la pérdida de suscriptores, es decir, los que salen del mercado, se presentan los resultados de 5 (cinco) escenarios en los que se fija el porcentaje de suscriptores que ya no continuarán adquiriendo el STAR con los Otros Competidores

y se varía el porcentaje (con respecto a estos últimos) de los suscriptores que salen del mercado.¹

En cada uno de los Escenarios se tomaron en cuenta las siguientes consideraciones:

1. No en todas las localidades del país está presente una cablera del GIETV. Para considerar este elemento, se tomaron datos por municipio de los suscriptores que tiene cada uno de los competidores de STAR para estimar el porcentaje de suscriptores que tienen ambas opciones para cambiarse y cuantos solo tendrían la opción de SKY México, esto para cada uno de los Otros Competidores. Con base en esta información la distribución se da de la siguiente manera:

Proveedores de STAR	Suscriptores con ambas opciones (SKY México y GIETV)	Suscriptores sólo con opción de cambiar a SKY México
Axtel	71%	29%
Dish	66%	34%
Maxcom	66%	34%
Megacable	12%	88%
TV_Rey de Occidente	0%	100%
Total Play	75%	25%

Cabe mencionar que al no tener datos disponibles a nivel municipal de los proveedores de STAR más pequeños, se consideró que la distribución es similar a los municipios donde se encuentra Megacable. Cualquier variación en este supuesto no tendría efectos significativos en las estimaciones de cada Escenario presentado.

2. Para los suscriptores que tienen ambas opciones, la distribución entre SKY México y el GIETV de los suscriptores, se basó en el número de suscriptores que tiene cada uno a nivel nacional, 62% (sesenta y dos por ciento) para SKY México y 38% (treinta y ocho por ciento) para GIETV. A este respecto, es de precisar que en los últimos 3 (tres) años no se ha identificado un cambio significativo en el porcentaje de suscriptores que cada competidor del STAR tiene en México.

¹ En el documento de Excel anexo se pueden observar los escenarios que resultan de variaciones por cada 5 puntos porcentuales en cada una de estas variables. El documento es editable y permite hacer estimaciones para variaciones incluso menores.

3. Para estimar los ingresos anuales que Time Warner obtiene por suscriptor de cada uno de los proveedores de STAR, se dividió el Ingreso que obtiene anualmente por canal entre el promedio mensual de suscriptores.
4. La estimación de las utilidades que obtiene SKY México por cada uno de sus suscriptores (utilidad por suscriptor) se calculó a partir de la utilidad integral de dos mil catorce y dos mil quince y los suscriptores promedio correspondientes (Información proporcionada por las Partes).
5. La estimación del incremento en los ingresos de AT&T/Time Warner como consecuencia del incremento en el precio de venta de canales de programación y paquetes de canales, se llevó a cabo considerando diferentes tasas (uniformes) de pérdida de usuarios por parte de los Otros Competidores, entre el 1% (uno por ciento) y el 70% (setenta por ciento). Los resultados se muestran en la gráfica las siguientes gráficas.

Resultados de los Escenarios

En todos los escenarios, se presentan las estimaciones de las siguientes variables (series en los gráficos):

	Variaciones de los Ingresos por venta de Canales Restringidos, más la parte proporcional (de 41.3%) de utilidad de SKY México en la provisión del STAR
	Variaciones de los Ingresos por venta de Canales Restringidos
	Variaciones en de la participación de 41.3% de AT&T en la utilidad de SKY México en la provisión del STAR

Asimismo, se reitera que los Escenarios se construyen tomando en consideración si SKY México tendría la capacidad de *capturar* al suscriptor que deje a los Otros Competidores. Esa *capacidad* se estima considerando:

- (i) una tasa de *movilidad* de los suscriptores, la cual corresponde a los que deciden cambiar de proveedor de STAR a SKY México o a empresas del GIETV, o bien, dejar el servicio;
- (ii) una tasa de *pérdida* de suscriptores, que se determina como una proporción de la *tasa de movilidad*, que corresponde a los que dejan de contratar servicios de STAR, y
- (iii) Que SKY México podría *capturar* a los suscriptores que resulten después de considerar (i) y (ii) únicamente en las localidades (Municipios) en los que las cableras del GIETV no tienen presencia; o bien, en los lugares donde ambos concurren, de hasta el 62% (sesenta y dos por ciento) de los suscriptores. El 62% resulta de la participación proporcional que SKY México tiene respecto de la base de suscriptores que reportan SKY México y las demás cableras del GIETV (i.e. SKY México tiene una participación de 38% en el número de

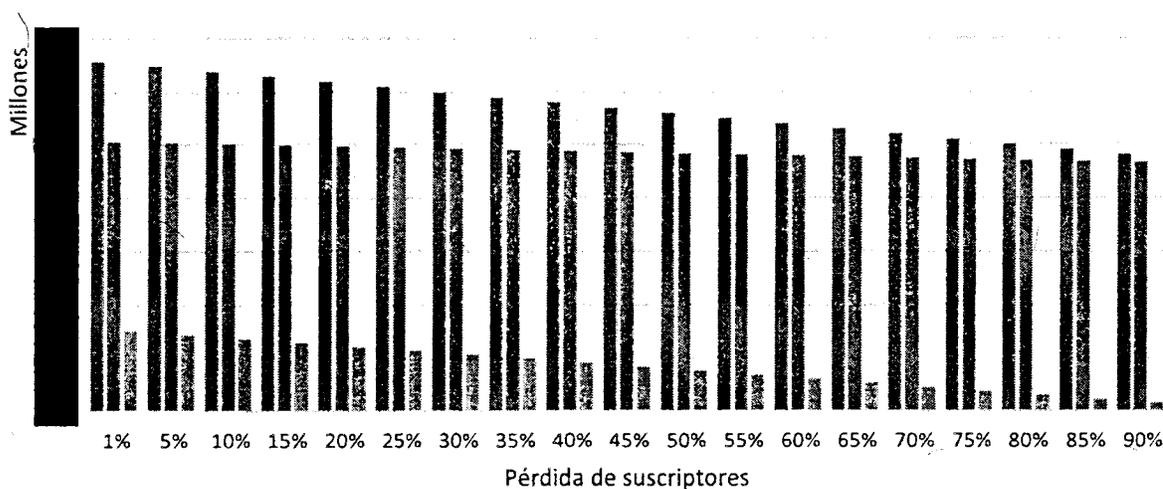
suscriptores en el STAR más 23% de las cableras del GIETV. La suma es de 61% del total y la parte de SKY México corresponde al 62% de ese 61%).

Escenarios 1 y 2

En los Escenarios 1 a 2 que se presentan a continuación, se verifica que AT&T/Time Warner después de la Operación tendría incentivos significativos para establecer condiciones de acceso a los Canales Restringidos que controla en condiciones distintas a Otros Competidores, con el objeto o efecto de desplazarlos del mercado relacionado de provisión de STAR y favorecer las operaciones de SKY México. Estos escenarios se estiman considerando tasas de *movilidad* de hasta 10% (diez por ciento) y tasas de *pérdida* de suscriptores, que se determina como una proporción de la tasa de *movilidad*, de entre 1% (uno por ciento) y hasta el 90% (noventa por ciento).

Escenario 1: Para este escenario se asume un aumento de precio del 10% (diez por ciento) y una tasa de *movilidad* de 1% (uno por ciento) que corresponde a la proporción de los suscriptores dejan de adquirir el STAR con los Otros Competidores.

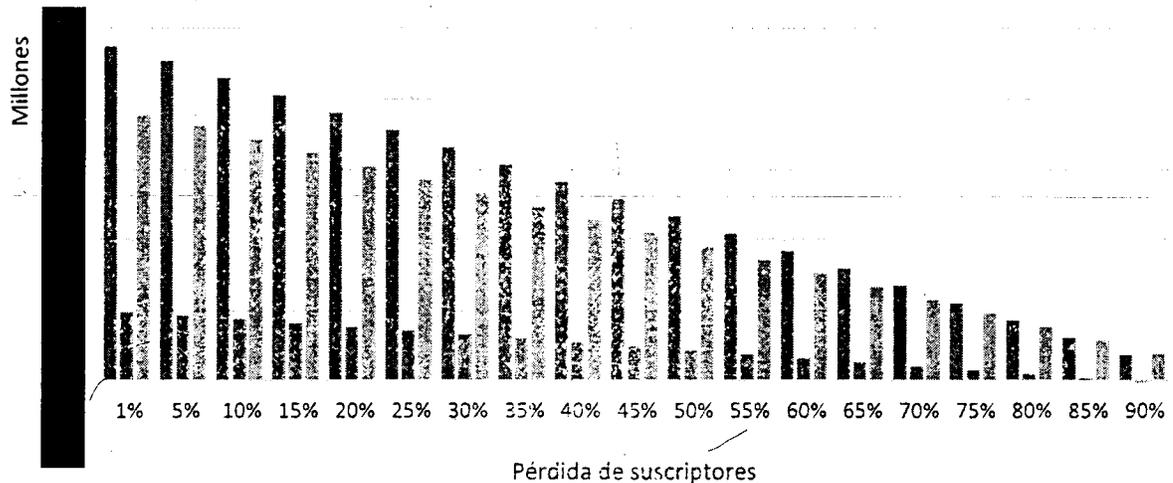
Variaciones en los ingresos de AT&T/TW antes y después de la Operación en caso de foreclosure, estimaciones con datos de 2015



En este escenario, no se generarían pérdidas en las variables de ingresos consideradas. Esto es, serían positivas todas las variaciones de los Ingresos por venta de Canales Restringidos, más la parte proporcional (de 41.3%) de utilidad de SKY México en la provisión del STAR (en azul), pero también en cada uno de sus dos componentes: (i) los Ingresos por venta de Canales Restringidos (en naranja); y (ii) los ingresos que obtendría por su participación de 41.3% de AT&T en la utilidad de SKY México (en gris).

Escenario 2: Para este escenario se asume un aumento de precio del 10% (diez por ciento) y una tasa de *movilidad* de 10% (diez por ciento) que corresponde a la proporción de los suscriptores dejan de adquirir el STAR con los Otros Competidores.

Variaciones en los ingresos de AT&T/TW antes y después de la Operación en caso de foreclosure, estimaciones con datos de 2015



En este escenario, tampoco se generarían pérdidas en las variables de ingresos consideradas. Esto es, serían positivas todas las variaciones de los Ingresos por venta de Canales Restringidos, más la parte proporcional (de 41.3%) de utilidad de SKY México en la provisión del STAR (en azul). En este escenario, los *beneficios* del cierre del mercado serían incluso mayores a los previstos en el Escenario 1 anterior.

En este escenario, las variaciones del componente que corresponde a los Ingresos por venta de Canales Restringidos (en naranja) seguirían siendo positivas y significativo, pero reduciría respecto a lo estimado en el Escenario 1; mientras que el componente de los ingresos que obtendría por su participación de 41.3% de AT&T en la utilidad de SKY México en la provisión del STAR (en gris) aumentaría de manera significativa con respecto al Escenario 1.

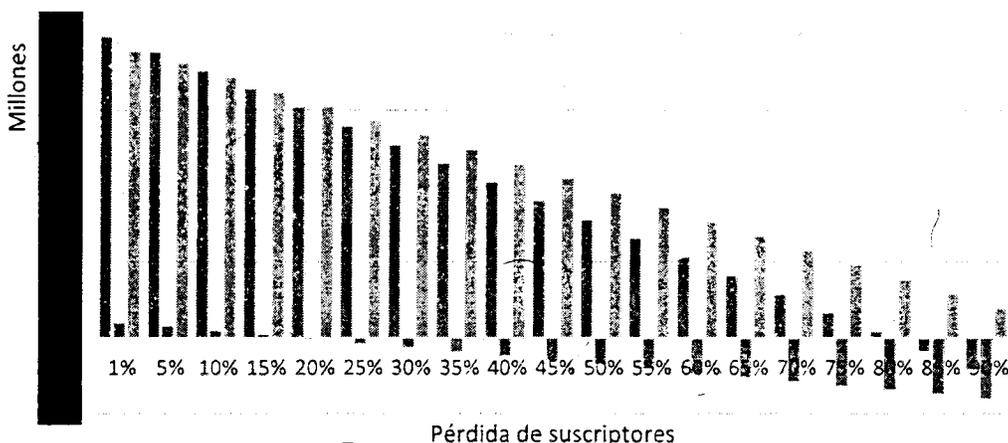
Escenarios 3 a 5

Los Escenarios 3 a 5 que se presentan a continuación se estiman considerando tasas de *movilidad* de entre el 25% (veinticinco por ciento) a 70% (setenta por ciento), y tasas de *pérdida* de suscriptores de entre 1% (uno por ciento) y hasta el 90% (noventa por ciento).

Se verifica que AT&T/Time Warner después de la Operación, también tendría incentivos significativos para establecer condiciones de acceso a los Canales Restringidos que controla en condiciones distintas a Otros Competidores; esto, para tasas de *pérdida* de hasta 70% (setenta por ciento), lo cual correspondería a escenarios probables. Escenarios con tasas de *pérdida* de usuarios mayor al 70% serían de difícil ocurrencia.

Escenario 3: Para este escenario se asume un aumento de precio del 10% (diez por ciento) y una tasa de *movilidad* de 25% (veinticinco por ciento) que corresponde a la proporción de los suscriptores dejan de adquirir el STAR con los Otros Competidores.

Variaciones en los ingresos de AT&T/TW antes y después de la Operación en caso de foreclosure, estimaciones con datos de 2015



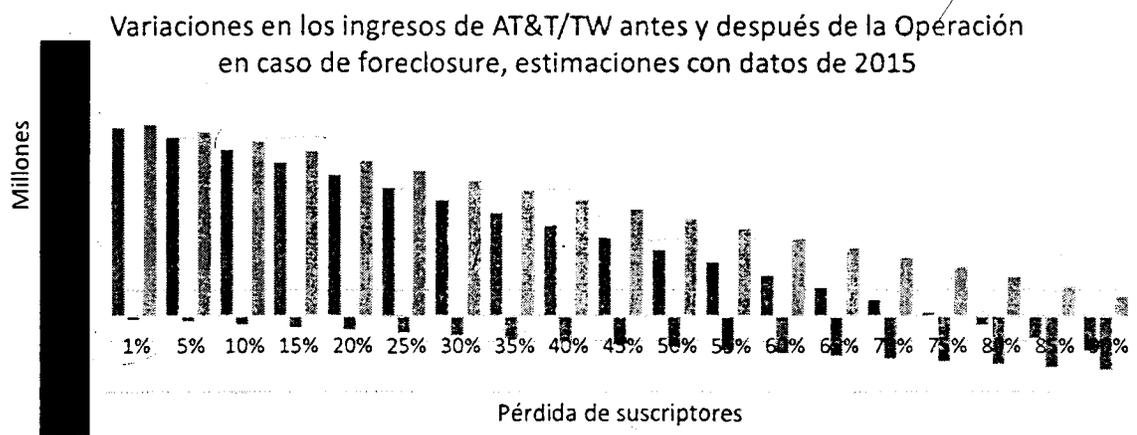
En este escenario, se estima que AT&T/Time Warner después de la Operación tendría variaciones positivas de los ingresos por venta de Canales Restringidos, más la parte proporcional (de 41.3%) de utilidad de SKY México en la provisión del STAR (en azul) para tasas de *pérdida* de usuarios menores a 85% (ochenta y cinco por ciento) y sólo se vería una variación negativa para tasas de *pérdida* muy altas, como se describe a continuación:

- (i) Para tasas de *pérdida* de usuarios menores o iguales al 15% ambos componentes los Ingresos por venta de Canales Restringidos (en naranja); y los ingresos que obtendría por su participación de 41.3% de AT&T en la utilidad de SKY México en la provisión del STAR (en gris) tiene variaciones positivas;
- (ii) para tasas de *pérdida* de usuarios mayores a 15% (quince por ciento) y menores al 85% (ochenta y cinco por ciento) las variaciones del componente que corresponde a los Ingresos por venta de Canales

Restringidos (en naranja) serían negativas, pero aún menos significativas que los ingresos de la parte proporcional (de 41.3%) de utilidad de SKY México en la provisión del STAR (en gris); con lo que la variación de los Ingresos por venta de Canales Restringidos, más la parte proporcional (de 41.3%) de utilidad de SKY México en la provisión del STAR (en azul) sería positiva, y

- (iii) para una tasa de *pérdida* de usuarios de 85% (ochenta y cinco por ciento) o más se estima que la pérdida de los Ingresos por venta de Canales Restringidos (en naranja) sería mayor a los ingresos de la parte proporcional (de 41.3%) de utilidad de SKY México en la provisión del STAR (en gris); con lo que la variación de los Ingresos por venta de Canales Restringidos, más la parte proporcional (de 41.3%) de utilidad de SKY México en la provisión del STAR (en azul) sería negativa.

Escenario 4: Para este escenario se asume un aumento de precio del 10% (diez por ciento) y una tasa de *movilidad* de 50% (cincuenta por ciento) que corresponde a la proporción de los suscriptores dejan de adquirir el STAR con los Otros Competidores.



En este escenario, al igual que en el Escenario 3, AT&T/Time Warner después de la Operación tendría una variaciones positivas de los Ingresos por venta de Canales Restringidos, más la parte proporcional (de 41.3%) de utilidad de SKY México en la provisión del STAR (en azul). Esto para tasas de *pérdida* menores a 80% (ochenta por ciento) y sólo se vería una variación negativa para tasas de *pérdida* mayores como se describe a continuación:

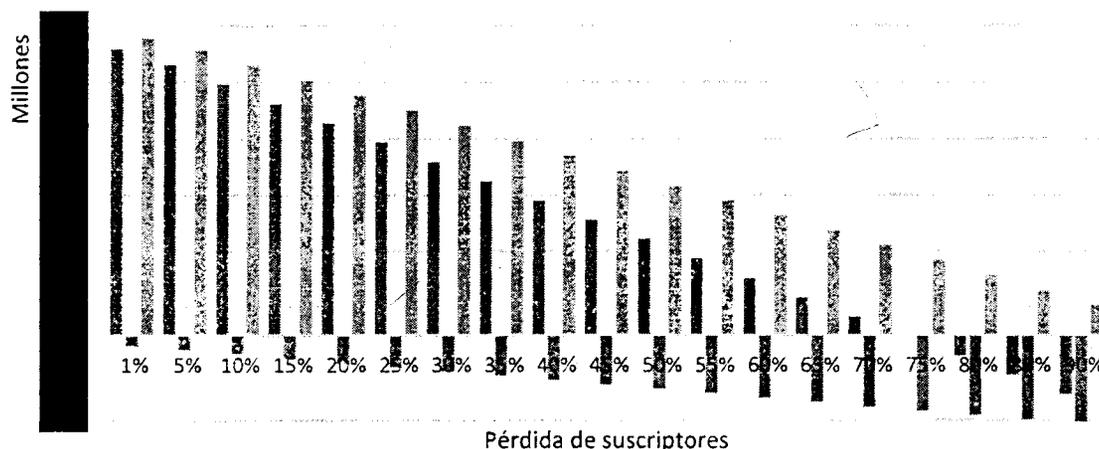
- (i) para tasas de *pérdida* de suscriptores menores al 80% (ochenta por ciento) las variaciones del componente que corresponde a los Ingresos por venta de Canales Restringidos (en naranja) serían negativas, pero aún menos

significativas que los ingresos de la parte proporcional (de 41.3%) de utilidad de SKY México en la provisión del STAR (en gris); con lo que la variación de los Ingresos por venta de Canales Restringidos, más la parte proporcional (de 41.3%) de utilidad de SKY México en la provisión del STAR (en azul) sería positiva, y

- (ii) Para una tasa de *pérdida* de suscriptores de 80% (ochenta y cinco por ciento) o más se estima que la pérdida de los Ingresos por venta de Canales Restringidos (en naranja) sería mayor a los ingresos de la parte proporcional (de 41.3%) de utilidad de SKY México en la provisión del STAR (en gris), con lo que la variación de los Ingresos por venta de Canales Restringidos, más la parte proporcional (de 41.3%) de utilidad de SKY México en la provisión del STAR (en azul) sería negativa.

Escenario 5: Para este escenario se asume un aumento de precio del 10% (diez por ciento) y una tasa de *movilidad* de 70% (setenta por ciento) de los suscriptores dejan de adquirir el STAR con los Otros Competidores.

Variaciones en los ingresos de AT&T/TW antes y después de la Operación en caso de foreclosure, estimaciones con datos de 2015



En este último escenario, de manera análoga a los Escenarios 3 y 4, se tendrían variaciones positivas en los Ingresos por venta de Canales Restringidos, más la parte proporcional (de 41.3%) de utilidad de SKY México en la provisión del STAR (en azul). Lo anterior hasta tasas de *pérdida* de suscriptores menores a 75% (setenta y cinco por ciento); en tasas mayores a ese nivel, la variación negativa de los Ingresos por venta de Canales Restringidos (en naranja) sería mayor a los ingresos de la parte proporcional (de 41.3%) de utilidad de SKY México en la provisión del STAR (en gris).

Conclusiones del modelo

Con el ejercicio numérico realizado, se puede observar que, en general, la variación de los Ingresos por venta de Canales Restringidos, más la parte proporcional (de 41.3%) de utilidad de SKY México en la provisión del STAR de AT&T/Time Warner, después de la Operación, serían positivos para tasas de *pérdida* menores o iguales al 70% (setenta por ciento). Tasas de *pérdida* de suscriptores superiores al 70% (setenta por ciento) son improbables.

También se aprecia que la variación en los ingresos por venta de Canales Restringidos como consecuencia del cierre del mercado a los Otros Competidores es creciente a medida que aumenta la tasa de *movilidad*.

Por lo anterior, se concluye que sería rentable para AT&T/Time Warner el cierre de mercado (*foreclosure*) a Otros Competidores, distintos a SKY México y el GIETV.

Así, la Operación generaría riesgos de que las condiciones de acceso a los contenidos de Time Warner puedan ser utilizados con la finalidad de impedir o dificultar el acceso de Otros Competidores de SKY México y su asociado el GIETV a la provisión de Canales Restringidos de Time Warner y, por lo tanto, causar el desplazamiento de esos competidores en el mercado relacionado de provisión del STAR.

Aumento de Precios: 10%
 Porcentaje de movilidad: 10%
 Pérdida de suscriptores: 10%²
 Año 2015

Proveedores de STAR	Suscriptores (promedio)	Ingresos por transmisión de contenidos	Suscriptores que dejan el servicio	Suscriptores que cambian de proveedor	Suscriptores adquiridos por la movilidad	Suscriptores después de movilidad	Ingresos por transmisión de contenidos (con movilidad)	Ingresos por utilidad de SKY	Ingreso Total
Información clasificada como confidencial.									

Elaborado con información proporcionada por las Partes y la disponible en el Instituto.

Nota: Esta tabla solo muestra el resultado para un porcentaje fijo de pérdida de suscriptores (10%), en comparación con los escenarios presentados con anterioridad en los que grafican varias tasas de *pérdida*

² La pérdida de suscriptores se calcula tomando como base el número de suscriptores que deciden cambiar de suscriptor o dejar el servicio (*movilidad*), que en este ejemplo el 10% de *pérdida* respecto del 10% de *movilidad* correspondería al 1% de los suscriptores totales.