

Los textos marcados en 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. Por lo anterior, dicha información obra resguardada en cuerda separada al presente expediente.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

México, Distrito Federal, a doce de junio de dos mil quince.- Vistas las constancias que integran el expediente AI/DC-001-2015, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 96, fracción V de la Ley Federal de Competencia Económica, se presenta para consideración del Pleno el Dictamen Preliminar de Cierre de Expediente, en el ámbito competencial de esta Autoridad Investigadora del Instituto Federal de Telecomunicaciones. Esto no prejuzga sobre otros procedimientos de investigación o en mercados distintos al que es materia del presente análisis, así como tampoco sobre otros procedimientos que se sigan ante este Instituto u otra autoridad competente. De igual forma, tampoco prejuzga sobre violaciones a la Ley Federal de Competencia Económica, Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión u otras disposiciones, en las que pudiera haber incurrido o pudiera incurrir alguno de los agentes económicos involucrados.

GLOSARIO

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

A	
A+E Networks	AMC Networks Inc. y otras subsidiarias como A&E Televisión Networks, LLC.
Agente Económico	Toda persona física o moral, con o sin fines de lucro, dependencias y entidades de la administración pública federal, estatal o municipal, asociaciones, cámaras empresariales, agrupaciones de profesionistas, fidelcomisos, o cualquier otra forma de participación en la actividad económica.
AI	Autoridad Investigadora del IFT.
AMC	AMC Networks Inc. y otras subsidiarias como AMC Networks Latin America, LLC., e indistintamente, el canal denominado "AMC."
AMC Networks	AMC Networks Inc. y otras subsidiarias como AMC Networks Latin America, LLC.
Artículo Noveno Transitorio	Artículo Noveno Transitorio del Decreto por el que se expide la LFTyR, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, publicado en el Diario Oficial de la Federación el catorce de julio de dos mil catorce, por el cual se establece el procedimiento de Aviso de Concentraciones en términos

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

	de los párrafos primero a cuarto, y el procedimiento de investigación de dichas concentraciones para determinar la probable existencia de agentes con poder sustancial y, en su caso, la imposición de medidas necesarias para proteger y fomentar la libre competencia y concurrencia del mercado materia de la concentración, en los términos del párrafo quinto del artículo referido.
Axtel	Grupo de Interés Económico conformado por Axtel, S.A.B. de C.V. y diversas empresas relacionadas.
B	
Bestel o Letseb (Indistintamente)	Letseb, S.A. de C.V. y sus subsidiarias.
BMV	Bolsa Mexicana de Valores.
C	
Cablecom	Grupo Cable TV, S.A. de C.V. y sus subsidiarias.
Cablemás	Subsidiarias de Grupo Televisa, S.A.B. comercialmente conocidas como "Cablemás".
Cablevisión	Empresas Cablevisión, S.A.B de C.V. y sus subsidiarias.
Cablevisión Red	Cablevisión Red, S.A. de C.V., y sus subsidiarias. También referido como Grupo Hevi, cuyo servicio es comercializado con la denominación Telecable.
Canitec	Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable.
CFCE	Comisión Federal de Competencia Económica, órgano autónomo constitucional creado en virtud del "Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la CPEUM, en materia de telecomunicaciones", publicado en el DOF el once de junio de dos mil trece.
CFE	Comisión Federal de Electricidad.
CFPC	Código Federal de Procedimientos Civiles.
CGPE	Coordinación General de Planeación Estratégica del IFT.
CPEUM	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
CPOs	Certificados de Participación Ordinarios.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

D	
DC-001-2014 o AI/DC-001-2014 (Indistintamente)	Investigación iniciada en términos del Artículo Trigésimo Noveno Transitorio y artículo 96 de la LFCE, mediante acuerdo publicado en el DOF el once de septiembre de dos mil catorce, radicada con el número de expediente AI/DC-001-2014 del índice de la AI, y de la cual se emitió el Dictamen Preliminar correspondiente el trece de marzo de dos mil quince.
DC-002-2014 o AI/DC-002-2014 (Indistintamente)	Investigación iniciada en términos del Artículo Noveno Transitorio y artículo 96 de la LFCE, mediante acuerdo publicado en el DOF el diecinueve de diciembre de dos mil catorce, radicada con el número de expediente AI/DC-002-2014 del índice de la AI, y de la cual se emitió el Dictamen Preliminar correspondiente el veintidós de abril de dos mil quince.
Decreto	Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la CPEUM, en materia de telecomunicaciones, publicado en el DOF el once de junio de dos mil trece.
DGCM	Dirección General de Condiciones de Mercado, adscrita a la AI.
Discovery	Discovery Communications Inc. y otras subsidiarias como Discovery Latinamerica, LLC. e indistintamente el canal o señal denominado "Discovey Channel"
DISH	Grupo de Interés Económico conformado por la concesionaria denominada Comercializadora de Frecuencias Satelitales, S. de R.L. de C.V. y otras empresas.
Disney	Buenavista International, Inc., e indistintamente, el canal denominado "Disney Channel."
Disposiciones Regulatorias	Disposiciones Regulatorias de la Ley Federal de Competencia Económica para los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, emitidas por el IFT mediante acuerdo publicado en el DOF el doce de enero de dos mil quince.
DOF	Diario Oficial de la Federación.
DP o Dictamen	El presente Dictamen Preliminar de Cierre de Expediente.
E	
ESPN	ESPN International Inc., e indistintamente, el canal o señal denominado "ESPN."

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

ESPN/Disney	The Walt Disney Company y otras subsidiarias.
Estatuto Orgánico	Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones publicado el cuatro de septiembre de dos mil catorce, y modificado mediante acuerdo publicado el diecisiete de octubre de dos mil catorce, en el Diario Oficial de la Federación.
Expediente	Las actuaciones de la presente investigación, que se identifican con el número AI/DC-001-2015.
F	
Fox o 21st Century Fox	Twenty-First Century Fox, Inc. y otras subsidiarias como Fox Latin America Channel, Inc., e indistintamente, el canal o señal denominado "Fox".
G	
GIE	Grupo de Interés Económico, determinado conforme al Anexo I. Criterios de Grupo de Interés Económico.
Grupo Salinas	Grupo de Interés Económico conformado por Total Play Telecomunicaciones, S.A. de C.V. y otras empresas, tal y como se detalla en el Anexo IV. GIE 3 Grupo Salinas
GTV	Grupo Televisa, S.A.B. así como el Grupo de Interés Económico conformado por Grupo Televisa, S.A.B., sus subsidiarias y filiales, tal como se detalla en el Anexo III. GIE 2 GTV.
H	
HBO	HBO OLE Distribution, LLC., e indistintamente el canal denominado "HBO."
I	
ID	Índice de Dominancia, determinado conforme a la Resolución de 1998.
IH o IHH (indistintamente)	Índice Herfindahl-Hirschman, determinado conforme a la Resolución de 1998.
Información Confidencial	Aquella que de divulgarse pueda causar un daño o perjuicio en la posición competitiva de quien la haya proporcionado, contenga datos personales cuya difusión requiera su consentimiento, pueda poner en riesgo su seguridad o cuando por disposición legal se prohíba su divulgación, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 3, fracción IX y 125 de la LFCE.
Información Pública	Aquella que se haya dado a conocer por cualquier medio de difusión público o se halle en registros o en fuentes de

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

	acceso públicos, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 3, fracción X, de la LFCE.
Información Reservada	Aquella a la que sólo los Agentes Económicos con Interés Jurídico en el procedimiento pueden tener acceso, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 3, fracción XI de la LFCE.
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
Instituto o IFT (Indistintamente)	Instituto Federal de Telecomunicaciones, órgano autónomo creado en virtud del "Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la CPEUM, en materia de telecomunicaciones", publicado en el DOF el once de junio de dos mil trece, e integrado el diez de septiembre de dos mil trece.
IPTV	Televisión por Protocolo de Internet.
L	
LFCE	Ley Federal de Competencia Económica, publicada en el DOF el veintitrés de mayo de dos mil catorce.
LFTyR	Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, publicada en el DOF el catorce de julio de dos mil catorce.
M	
Maxcom	Maxcom Telecomunicaciones, S.A.B. de C.V., y su concesionaria Maxcom TV, S.A. de C.V., así como sus filiales y subsidiarias.
Megacable	Megacable Holdings, S.A.B. de C.V., e indistintamente, el Grupo de Interés Económico que encabeza, tal y como se detalla en el Anexo II. GIE 1 Megacable.
Mega Cable	Mega Cable, S.A. de C.V., empresa que forma parte del Grupo de Interés Económico Megacable.
MR	Mercado relevante.
MTV o Viacom	Viacom Inc. y sus subsidiarias, e indistintamente, el canal denominado "MTV."
MVS	MVS Multivisión, S.A. de C.V. o la diversa MVS Multivisión Digital, S. de R.L. de C.V.
P	
Programador o Programadores	Programador o programadores de señales de televisión.
PCTV	Productora y Comercializadora de Televisión, S.A. de C.V.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

R	
RSTAR	Reglamento del Servicio de Televisión y Audio Restringidos, publicado en el DOF el veintinueve de febrero de dos mil.
Resolución de 1998	Resolución por la que se da a conocer el método para el cálculo de los índices para determinar el grado de concentración que exista en el mercado relevante y los criterios para su aplicación, emitida por la extinta Comisión Federal de Competencia, y publicada en el DOF el veinticuatro de julio de mil novecientos noventa y ocho, aplicable por el Instituto de conformidad con el artículo cuarto transitorio del acuerdo mediante el cual el Pleno del IFT expide las Disposiciones Regulatorias.
Resolución del Pleno	Resolución emitida por el Pleno del IFT el once de febrero de dos mil quince, mediante acuerdo número P/IFT/EXT/110215/48, relativa al expediente UCE/AVC-002-2014.
RPT	Red Pública de Telecomunicaciones.
S	
SBAF	Servicio de Banda Ancha Fija.
SCT	Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
Señal o Señales	Señal o señales de televisión.
Señal o Señales Radiodifundidas	Señal o señales de televisión abierta.
Señal o Señales Restringidas	Señal o señales de televisión restringida.
SKY	Indistintamente, se puede referir a Innova, S. de R.L. de C.V. y sus subsidiarias, y a la concesionaria denominada Corporación de Radio y Televisión del Norte de México, S. de R.L. de C.V.
Sony	Sony Pictures Entertainment, Inc.
STAR	Servicio de Televisión y Audio Restringidos.
STF	Servicio de Telefonía Fija.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

T	
TCCA	Tasa de crecimiento compuesta anual.
Time Warner	Time Warner Inc. y otras subsidiarias.
Total Play o Totalplay (Indistintamente)	Total Play Telecomunicaciones, S.A. de C.V., concesionaria perteneciente al Grupo Salinas.
Turner	Turner Broadcasting System Latin America, Inc.
TV Azteca	TV Azteca, S.A.B. de C.V.
TVI	Televisión Internacional, S.A. de C.V. y sus subsidiarias.
U	
UC	Unidad de Cumplimiento del IFT.
UCS	Unidad de Concesiones y Servicios del IFT.
UCE	Unidad de Competencia Económica del IFT.
Ultravisión	Ultravisión, S. A. de C.V. y su filial Telefutura, S.A. de C.V., así como otras filiales y subsidiarias.
UMCA	Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales del Instituto Federal de Telecomunicaciones.
UPR	Unidad de Política Regulatoria del IFT.

I. ANTECEDENTES

PRIMERO.- Reforma Constitucional.- El once de junio de dos mil trece fue publicado en el DOF el Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de telecomunicaciones, y mediante el cual se creó el Instituto como un "(...) órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, conforme a lo dispuesto en esta Constitución y en los términos que fijan las leyes (...)". Asimismo, se estableció que el Instituto "(...) será también autoridad en materia de competencia económica de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, por lo que en éstos ejercerá en forma exclusiva las facultades que este artículo y las leyes establecen para la Comisión Federal de Competencia Económica (...)".

De esta manera, de conformidad con lo dispuesto en el artículo Sexto Transitorio del Decreto, el diez de septiembre de dos mil trece la Cámara de Senadores ratificó el Pleno de la CFCE y del Instituto.

SEGUNDO.- Normatividades aplicables en materia de Competencia Económica, en el sector de telecomunicaciones y radiodifusión.- En cumplimiento a lo dispuesto en el artículo Tercero Transitorio del Decreto, el veintitrés de mayo de dos mil catorce

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

se promulgó en el DOF la LFCE, cuyo artículo 5, párrafo primero, establece que el IFT es la autoridad en materia de competencia económica en el sector de telecomunicaciones y radiodifusión.

Posteriormente, en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo Cuarto Transitorio del Decreto, el catorce de julio de dos mil catorce se publicó en el DOF la LFTyR.

TERCERO.- Artículo Noveno Transitorio de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTyR).- En relación con lo antes mencionado, el Artículo Noveno Transitorio de la LFTyR dispone lo siguiente:

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

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

(...)

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

El Instituto investigará dichas concentraciones en un plazo no mayor a noventa días naturales y en caso de encontrar que existe poder sustancial en el mercado de redes de telecomunicaciones que presten servicios de voz, datos o video o en el de radio y televisión según el sector que corresponda, podrá imponer las medidas necesarias para proteger y fomentar en dicho mercado la libre competencia y concurrencia, de conformidad con lo dispuesto en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la Ley Federal de Competencia Económica sin perjuicio de las concentraciones a que refiere el presente artículo.

Las medidas que imponga el Instituto se extinguirán una vez que se autorice a los agentes económicos preponderantes la prestación de servicios adicionales". (Énfasis añadido)

Es conveniente precisar que el análisis para determinar la existencia o no de poder sustancial en el o los mercados relevantes que se determinen, se realiza respecto de

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

los agentes económicos involucrados en la transacción, tomando en consideración lo establecido por el Artículo Noveno Transitorio de forma integral.

CUARTO.- Resolución de preponderancia en el sector de telecomunicaciones.- Mediante resolución aprobada el seis de marzo de dos mil catorce, el Pleno del Instituto determinó que el Grupo de Interés Económico conformado por América Móvil, S.A.B. de C.V.; Teléfonos de México, S.A.B. de C.V.; Teléfonos del Noroeste, S.A. de C.V.; Radiomóvil Dipsa, S.A.B. de C.V.; Grupo Carso, S.A.B. de C.V. y Grupo Financiero Inbursa, S.A.B. de C.V., constituye un Agente Económico Preponderante en el sector de telecomunicaciones. En consecuencia, el Pleno también resolvió imponer a dicho agente económico, las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia y aquellas que permiten la desagregación efectiva de la red local fija.

En relación con lo anterior y conforme a lo establecido por el Artículo Noveno Transitorio, el presente procedimiento cumplió con los presupuestos señalados en el mismo, a saber, que las partes involucradas en la transacción no correspondan a un agente económico preponderante en el sector de telecomunicaciones, y que se actualicen los requisitos establecidos en los incisos "a" al "d" de dicho artículo transitorio.

QUINTO.- Aviso de concentración.- Con fecha veintiuno de octubre de dos mil catorce, los representantes legales de Mega Cable, S.A. de C.V. y [REDACTED], presentaron ante la Oficialía de Partes del Instituto un Aviso de Concentración conforme al Artículo Noveno Transitorio, respecto de la adquisición de [REDACTED]

[REDACTED] del capital social de PCIV, por parte de Mega Cable. Las partes involucradas señalaron que la concentración se llevó a cabo el trece de octubre de dos mil catorce. Dicho aviso fue radicado bajo el expediente número UCE/AVC-002-2014 del índice de la Unidad de Competencia Económica de este Instituto.

SEXTO.- Resolución del Pleno.- Mediante acuerdo P/IFT/EXT/110215/48 de fecha once de febrero de dos mil quince, el Pleno del Instituto resolvió que la concentración señalada en el numeral anterior cumplió con los requisitos establecidos en los incisos "a." a "d." del primer párrafo del Artículo Noveno Transitorio (Resolución del Pleno). Asimismo, se dio vista a la AI del Instituto, para los efectos legales a que haya lugar en términos del párrafo quinto del Artículo Noveno Transitorio.

SÉPTIMO.- Acuerdo de inicio.- En cumplimiento a la resolución referida en el numeral previo, el veintiséis de febrero de dos mil quince el titular de la AI emitió el Acuerdo

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

por el cual el Instituto Federal de Telecomunicaciones inicia el procedimiento a fin de determinar la probable existencia de agentes económicos con poder sustancial en el o los mercados de redes de telecomunicaciones que presten servicios de voz, datos o video, a nivel nacional, estatal, regional y/o local, radicado bajo el número de expediente AI/DC-001-2015,¹

OCTAVO.- *Publicación del Extracto del Acuerdo de Inicio en el DOF.-* Por lo anterior y en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 96, fracción III, de la LFCE, el cinco de marzo de dos mil quince fue publicado en el DOF el *Extracto del Acuerdo por el cual el Instituto Federal de Telecomunicaciones inicia el procedimiento a fin de determinar la probable existencia de agentes económicos con poder sustancial en el o los mercados de redes de telecomunicaciones que presten servicios de voz, datos o video, a nivel nacional, estatal, regional y/o local, radicado bajo el número de expediente AI/DC-001-2015,²* mismo que precisa lo siguiente:

"EXTRACTO DEL ACUERDO POR EL CUAL EL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES INICIA EL PROCEDIMIENTO A FIN DE DETERMINAR LA PROBABLE EXISTENCIA DE AGENTES ECONÓMICOS CON PODER SUSTANCIAL EN EL O LOS MERCADOS DE REDES DE TELECOMUNICACIONES QUE PRESTEN SERVICIOS DE VOZ, DATOS O VIDEO, A NIVEL NACIONAL, ESTATAL, REGIONAL Y/O LOCAL, RADICADO BAJO EL NÚMERO DE EXPEDIENTE AI/DC-001-2015.

Con fundamento en los artículos 28, párrafo décimo sexto, constitucional, 1, 2, 4, 5, párrafo primero, 12, fracciones I y XXX, 26, 28, fracción XI, y 96, párrafo primero y fracción III, de la Ley Federal de Competencia Económica publicada el veintitrés de mayo de dos mil catorce en el DOF (LFCE); 7, tercer párrafo, 26, 28, fracción V, 279, 280 y Noveno Transitorio, párrafo quinto, de la LFTR; así como los correlativos 1, 2, 56 y 73 de las Disposiciones Regulatorias de la Ley Federal de Competencia Económica para los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión publicadas en el DOF el doce de enero de dos mil quince (Disposiciones Regulatorias), y de conformidad con los artículos 4, fracción VI, y 62, fracciones VIII, IX, XVIII y XXXVII del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, publicado en el DOF el cuatro de septiembre de dos mil catorce y modificado mediante acuerdo publicado en el DOF el diecisiete de octubre de dos mil catorce (Estatuto Orgánico), se inicia el procedimiento identificado bajo el número de expediente AI/DC-001-2015, a fin de determinar la probable existencia de agentes económicos con poder sustancial en el o los MERCADOS DE REDES DE TELECOMUNICACIONES QUE PRESTEN SERVICIOS DE VOZ, DATOS O VIDEO, A NIVEL NACIONAL, ESTATAL, REGIONAL Y/O LOCAL.

Lo anterior en el entendido que el o los mercados relevantes correspondientes serán determinados en el momento procesal oportuno en términos del artículo 96 de la LFCE.

El presente procedimiento no debe entenderse como un prejuzgamiento sobre la existencia de poder sustancial por parte de agente económico alguno, sino como una

¹ Fojas 00001 a 00003 del Expediente AI/DC-001-2015 en el que se actúa. En adelante, cualquier referencia a fojas o folios, deberá entenderse referida a dicho Expediente, salvo señalamiento distinto.

² Foja 00006.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

actuación de la autoridad tendiente a iniciar el procedimiento previsto en el artículo 96 de la LFCE, en cumplimiento a lo establecido por el párrafo quinto del artículo Noveno Transitorio de la LFTR, y concluida la investigación correspondiente, se emitirá la resolución que en derecho proceda.

Visto el "Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones aprueba su calendario anual de sesiones ordinarias y el calendario anual de labores para el año dos mil quince y principios de dos mil dieciséis", publicado en el Diario Oficial de la Federación el veinticuatro de diciembre de dos mil catorce (Calendario Anual), y con fundamento en los artículos 115, párrafos segundo y cuarto de la Ley Federal de Competencia Económica, 62, fracción XXXII, del Estatuto Orgánico, se habilitan como hábiles los días siete, ocho, catorce al dieciséis, veintiuno, veintidós y veintiocho al treinta y uno de marzo, y uno al cinco de abril, todas de dos mil quince.

Esta Autoridad Investigadora considera pertinente la habilitación de todos los días inhábiles que comprende el periodo investigado, con la finalidad de estar en aptitud de cumplir cabalmente con el mandato del legislador, sin que las facultades de investigación de este Instituto se vean disminuidas ante la brevedad del plazo con que se cuenta para investigar las concentraciones que se beneficien del contenido del artículo noveno transitorio de la LFTR.

En los días materia de la presente habilitación se habrán de realizar las actuaciones y diligencias que esta Autoridad Investigadora estime pertinentes, así como la recepción de promociones y el análisis de la evidencia que se recabe.

En atención al contenido del artículo tercero, segundo párrafo, del Calendario Anual, únicamente durante los días materia de habilitación, la recepción de escritos y documentos relacionados con el presente procedimiento tendrá lugar en el domicilio ubicado en Insurgentes Sur 1143, cuarto piso, colonia Noche Buena, delegación Benito Juárez, código postal 03720, México, Distrito Federal, en el horario de 9:00 (nueve) a 18:00 (dieciocho) horas, o bien, podrán presentarse promociones el día de su vencimiento, después de concluido el horario de 9:00 (nueve) a 18:00 (dieciocho) horas, por transmisión electrónica a la dirección oficial iaat@ift.org.mx, esto en términos del artículo 116 de la LFCE.

Para cualquier información al respecto, se podrá contactar al servidor público Saidt García Calderón, adscrito a esta Autoridad Investigadora, al teléfono 5015-4000, extensión 2538, en el horario indicado.

La habilitación de días inhábiles únicamente se establece para el procedimiento de referencia, esto es, para la investigación a fin de determinar la probable existencia de agentes económicos con poder sustancial en el o los mercados de redes de telecomunicaciones que presten servicios de voz, datos o video, a nivel nacional, estatal, regional y/o local, radicado bajo el número de expediente AI/DC-001-2015.

En términos de los artículos 96, fracción III, de la LFCE, y 62, fracción XXIX del Estatuto Orgánico, publíquese en el Diario Oficial de la Federación el extracto del presente acuerdo, con el objeto de que cualquier persona pueda coadyuvar en este procedimiento durante el procedimiento de investigación."

México, Distrito Federal, a veintiséis de febrero de dos mil quince.- Así lo acordó y firma el Titular de la Autoridad Investigadora del Instituto Federal de Telecomunicaciones, Ricardo Salgado Perrillat.- Rúbrica.- Conste." (Énfasis añadido).

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

NOVENO.- Periodo de investigación.- Conforme al párrafo quinto del Artículo Noveno Transitorio, el Instituto investigará las concentraciones que se realicen al amparo de dicho precepto, en un plazo no mayor a noventa días naturales. El periodo de investigación de la presente investigación finalizó el once de mayo de dos mil quince.

DÉCIMO.- Requerimientos de información.- Durante la investigación, con fundamento en los artículos 73, 96, fracción IV, segundo párrafo y 119, de la LFCE, se emitieron diversos requerimientos de información y documentos a los agentes económicos involucrados y autoridades dentro del Instituto, mismos que se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 1. Requerimientos de información

Oficio	Destinatario	Fecha de emisión	Fecha de Desahogos	Estado
1 IFT/110/AI/032/2015	Productora y Comercializadora de Televisión, S.A. de C.V.	17.03.2015 ³	Previos acuerdos de reiteramiento, se dio cumplimiento mediante diversos escritos presentados los días 30.03.2015 ⁴ , 13.04.2015 ⁵ y 28.04.2015 ⁶	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ⁷ .
2 IFT/110/AI/034/2015	Grupo Televisa, S.A.B. de C.V.	18.03.2015 ⁸	Previos acuerdos de reiteramiento, se dio cumplimiento mediante escritos presentados los días: 30.03.2015 ⁹ , 11.04.2015 ¹⁰ , 07.05.2015 ¹¹ , 08.05.2015 ¹² y 10.05.2015 ¹³	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ¹⁴
3 IFT/110/AI/042/2015	Comercializadora de Frecuencias	26.03.2015 ¹⁵	Previos acuerdos de reiteramiento, se dio cumplimiento mediante	Se tuvo por desahogado mediante

³ Fojas 00046 a 00054.

⁴ Fojas 00366 a 02004.

⁵ Fojas 05096 a 07335.

⁶ Fojas 13888 a 16090.

⁷ Fojas 31098 a 31099.

⁸ Fojas 00055 a 00063.

⁹ Fojas 00118 a 00365.

¹⁰ Fojas 02335 a 05095.

¹¹ Fojas 23641 a 23877.

¹² Fojas 28782 a 28785.

¹³ Fojas 30110 a 30866.

¹⁴ Fojas 31100 a 31101.

¹⁵ Fojas 00070 a 00081.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

		Satelitales, S. de R.L. de C.V.		diversos escritos presentados los días 14.04.2015 ¹⁶ , 15.04.2015 ¹⁷ , 29.04.2015 ¹⁸ , 01.05.2015 ¹⁹ y 10.05.2015 ²⁰ ,	acuerdo de fecha 11.05.2015 ²¹ .
4	IFT/110/AI/043/2014	Maxcom Telecomunicaciones, S.A.B. de C.V.	26.03.2015 ²²	Previos acuerdos de reiteramiento, se dio cumplimiento mediante diversos escritos presentados los días 17.04.2015 ²³ , 04.05.2015 ²⁴ y 08.05.2015 ²⁵ .	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ²⁶ .
5	IFT/110/AI/044/2015	Axtel, S.A.B. de C.V.	26.03.2015 ²⁷	Previos acuerdos de reiteramiento, se dio cumplimiento mediante escritos presentados los días 17.04.2015 ²⁸ , 29.04.2015 ²⁹ y 09.05.2015 ³⁰ .	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ³¹ .
6	IFT/110/AI/045/2015	Total Play Telecomunicaciones, S.A. de C.V.	26.03.2015 ³²	Previos acuerdos de reiteramiento, se dio cumplimiento mediante diversos escritos presentados el día 17.04.2015 ³³ , 24.04.2015 ³⁴ , 07.05.2015 ³⁵ y 11.05.2015 ³⁶ .	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ³⁷ .

¹⁶ Fojas 07336 a 07338.

¹⁷ Fojas 07339 a 07373.

¹⁸ Fojas 16103 a 19515.

¹⁹ Fojas 21616 a 21655.

²⁰ Fojas 29939 a 30050.

²¹ Fojas 31102 a 31103.

²² Fojas 00082 a 00093.

²³ Fojas 07376 a 07377.

²⁴ Fojas 21705 a 22361.

²⁵ Fojas 28786 a 29136.

²⁶ Fojas 31104 a 31105.

²⁷ Fojas 00094 a 00105.

²⁸ Fojas 08604 a 09615.

²⁹ Fojas 19516 a 19585.

³⁰ Fojas 29633 a 29702.

³¹ Fojas 31106 a 31107.

³² Fojas 00106 a 00117.

³³ Fojas 07378 a 07782.

³⁴ Fojas 11539 a 11631.

³⁵ Fojas 23533 a 23534.

³⁶ Fojas 30867 a 30965.

³⁷ Fojas 31108 a 31109.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

7	IFT/110/AI/047/ 2015	Grupo S.A.B.	Televisa,	06.04.2015 ³⁸	Previo acuerdo de reiteramiento, se dio cumplimiento mediante escritos presentados los días: 18.04.2015, ³⁹ 30.04.2015 ⁴⁰ , 10.05.2015 ⁴¹	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ⁴²
8	IFT/110/AI/048/ 2015	Innova, S. de R.L. de C.V.		06.04.2015 ⁴³	Previos acuerdos de reiteramiento, se dio cumplimiento mediante los escritos presentados los días: 18.04.2015, ⁴⁴ 30.04.2015, ⁴⁵ 08.05.2015, ⁴⁶ 10.05.2015. ⁴⁷	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ⁴⁸
9	IFT/110/AI/049/ 2015	Grupo Cable TV, S.A. de C.V.		06.04.2015 ⁴⁹	Previo acuerdo de reiteramiento, se dio cumplimiento mediante los escritos presentados los días: 19.04.2015, ⁵⁰ 30.04.2015, ⁵¹ 08.05.2015, ⁵² 10.05.2015 ⁵³	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ⁵⁴
10	IFT/110/AI/050/ 2015	Televisión Internacional, S.A. de C.V.		06.04.2015 ⁵⁵	Previo acuerdo de multa por no presentar información en tiempo y forma, se dio cumplimiento con posterioridad mediante escritos presentados los	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ⁵⁶

³⁸ Fojas 02009 a 02020.

³⁹ Fojas 09630 a 09706.

⁴⁰ Fojas 21546 a 21566.

⁴¹ Fojas 30051 a 30084.

⁴² Fojas 31110 a 31111.

⁴³ Fojas 02021 a 02032.

⁴⁴ Fojas 09808 a 09898.

⁴⁵ Fojas 21567 a 21585.

⁴⁶ Fojas 28719 a 28721.

⁴⁷ Fojas 29890 a 29929.

⁴⁸ Fojas 31112 a 31114.

⁴⁹ Fojas 02033 a 02044.

⁵⁰ Fojas 09899 a 09994.

⁵¹ Fojas 21586 a 21607.

⁵² Fojas 28722 a 28724.

⁵³ Fojas 29804 a 29846.

⁵⁴ Fojas 31115 a 31117.

⁵⁵ Fojas 02045 a 02056.

⁵⁶ Fojas 31118 a 31119.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

				días: 30.04.2015, ⁵⁶ 08.05.2015 ⁵⁷
11	IFT/110/AI/051/ 2015	Empresas Cablevisión, S.A.B. de C.V.	06.04.2015 ⁵⁹	Previo acuerdo de reiteramiento, se dio cumplimiento mediante el escrito presentado los días: 18.04.2015, ⁶⁰ 30.04.2015 ⁶¹ 02.05.2015, ⁶² 08.05.2015, ⁶³ 10.05.2015 ⁶⁴
12	IFT/110/AI/052/ 2015	Cablevisión Red, S.A. de C.V.	06.04.2015 ⁶⁶	Previos acuerdos de reiteramiento, se dio cumplimiento mediante escritos presentados los días 20.04.2015 ⁶⁷ , 01.05.2015 ⁶⁸ y 10.05.2015 ⁶⁹
13	IFT/110/AI/053/ 2015	Tv Cable del Guadiana, S.A. de C.V.	06.04.15 ⁷¹	Previos acuerdos de reiteramiento, se dio cumplimiento mediante diversos escritos presentados los días 17.04.15 ⁷² y 20.04.15 ⁷³ .
14	IFT/110/AI/DG- CME/054/2015	Ultravisión, S.A. de C.V.	06.04.2015 ⁷⁵	Previos acuerdos de reiteramiento, se dio cumplimiento mediante escritos presentados los

⁵⁶ Fojas 21306 a 21509.

⁵⁷ Fojas 28715 a 28718.

⁵⁹ Fojas 02057 a 02068.

⁶⁰ Fojas 09707 a 09807.

⁶¹ Fojas 21526 a 21545

⁶² Fojas 21698 a 21704.

⁶³ Fojas 28725 a 28727.

⁶⁴ Fojas 29847 a 29889.

⁶⁵ Fojas 31120 a 31122.

⁶⁶ Fojas 02069 a 02080.

⁶⁷ Fojas 10067 a 10122.

⁶⁸ Fojas 21656 a 21697.

⁶⁹ Fojas 30085 a 30109.

⁷⁰ Fojas 31123 a 31124.

⁷¹ Fojas 02081 a 02092

⁷² Fojas 07842 a 08598.

⁷³ Fojas 10127 a 10135.

⁷⁴ Fojas 31125 a 31126.

⁷⁵ Fojas 02093 a 02104.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

				días 22.04.2015 ⁷⁶ y fecha 09.05.2015 ⁷⁵	fecha 11.05.2015 ⁷⁷
15	IFT/110/AI/055/2015	Comunicación B15, S.A. de C.V.	06.04.2015 ⁷⁸	Previos acuerdos de reiteramiento, se dio cumplimiento mediante escritos presentados los días 17.04.2015 ⁷⁹ y 24.04.2015, ⁸⁰ 08.05.2015 ⁸¹	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.15 ⁸²
16	IFT/110/AI/056/2015	TV Rey de Occidente, S.A. de C.V.	06.04.2015 ⁸³	Previos acuerdos de reiteramiento, se dio cumplimiento mediante el escritos presentados los días 20.04.2015, ⁸⁴ 28.04.2015, ⁸⁵ 08.05.2015, ⁸⁶ 11.05.2015 ⁸⁷	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ⁸⁸
17	IFT/110/AI/057/2015	Televisión por Cable Tepa, S.A. de C.V.	06.04.2015 ⁸⁹	Previos acuerdos de reiteramiento, se dio cumplimiento mediante diversos escritos presentados los días 20.04.2015 ⁹⁰ , 09.05.2015 ⁹¹ .	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ⁹² .
18	S/N	Megacable Holdings, S.A.B. de C.V.	23.04.2015 ⁹³	Previos múltiples acuerdos de reiteramiento, se dio cumplimiento mediante diversos escritos presentados los días	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de

⁷⁶ Fojas 10151 a 10232.

⁷⁶ Fojas 29703 a 29736.

⁷⁷ Fojas 31127 a 31128.

⁷⁸ Fojas 02105 a 02116.

⁷⁹ Fojas 08599 a 08603.

⁸⁰ Fojas 10438 a 11538.

⁸¹ Fojas 29137 a 29263.

⁸² Fojas 31129 a 31130.

⁸³ Fojas 02117 a 02128.

⁸⁴ Fojas 10123 a 10126.

⁸⁵ Fojas 13203 a 13838.

⁸⁶ Fojas 29264 a 29355.

⁸⁷ Fojas 30966 a 30980.

⁸⁸ Fojas 31131 a 31133.

⁸⁹ Fojas 02129 a 02140.

⁹⁰ Fojas 10010 a 10066.

⁹¹ Fojas 29737 a 29758.

⁹² Fojas 31134 a 31135.

⁹³ Fojas 10423 a 10437.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

				28.04.2015 ⁹⁴ , 05.05.2015 ⁹⁵ y 09.05.2015 ⁹⁶	fecha 11.05.2015 ⁹⁷ .
19	IFT/110/AI/066/ 2015	Televisión por Cable Tepa, S.A. de C.V.	24.04.2015 ⁹⁸	Se dio cumplimiento mediante diverso escrito presentado el día 07.05.2015 ⁹⁹ .	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 08.05.2015 ¹⁰⁰
20	IFT/110/AI/067/ 2015	Total Play Telecomunicacion es, S.A. de C.V.	24.04.2015 ¹⁰¹	Se dio cumplimiento mediante diverso escrito presentado el día 05.05.2015 ¹⁰² .	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ¹⁰³ .
21	IFT/110/AI/068/ 2015	Tv Cable del Guadiana, S.A. de C.V.	24.04.2015 ¹⁰⁴	Se dio cumplimiento mediante diversos escritos presentados los días 28.04.2015 ¹⁰⁵ , 06.05.2015 ¹⁰⁶ , 08.05.2015 ¹⁰⁷ y 11.05.2015 ¹⁰⁸ , 12.05.2015 ¹⁰⁹ y 12.05.2015 ¹¹⁰	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.15 ¹¹¹
22	IFT/110/AI/069/ 2014	Maxcom Telecomunicacion es, S.A.B. de C.V.	24.04.2015 ¹¹²	Se dio cumplimiento mediante diverso escrito presentado el día 07.05.15 ¹¹³ .	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de

⁹⁴ Fojas 13877 a 13887.

⁹⁵ Fojas 22439 a 22710.

⁹⁶ Fojas 29759 a 29803.

⁹⁷ Fojas 31145 a 31146.

⁹⁸ Fojas 13011 a 13016.

⁹⁹ Fojas 23535 a 23541.

¹⁰⁰ Foja 29418.

¹⁰¹ Fojas 13017 a 13022.

¹⁰² Fojas 22400 a 22431.

¹⁰³ Foja 31136.

¹⁰⁴ Fojas 13023 a 13028.

¹⁰⁵ Fojas 13839 a 13860.

¹⁰⁶ Fojas 23478 a 23493

¹⁰⁷ Fojas 28728 a 28744

¹⁰⁸ Fojas 31147 a 31194

¹⁰⁹ Fojas 31195 a 31205

¹¹⁰ Fojas 31206 a 31244

¹¹¹ Fojas 31125 a 31126.

¹¹² Fojas 13029 a 13034.

¹¹³ Fojas 23590 a 23594.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

					fecha 08.05.2015 ¹¹⁴
23	IFT/110/AI/070/ 2015	TV Rey de Occidente, de C.V.	S.A.	24.04.2015 ¹¹⁵	Se dio cumplimiento mediante el escrito presentado el día: 06.05.2015, ¹¹⁶ Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ¹¹⁷
24	IFT/110/AI/DG- CIME/071/2014	Ultravisión, S.A. de C.V.		24.04.2015 ¹¹⁸	Previos diversos acuerdos de reiteramiento, se dio cumplimiento mediante escritos presentados los días 30.04.2015 ¹¹⁹ Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 07.05.2015 ¹¹³
25	IFT/110/AI/072/ 2015	Televisión Internacional, de C.V.	S.A.	24.04.2015 ¹²⁰	Se dio cumplimiento mediante el escrito presentado el día: 07.05.2015, ¹²¹ Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ¹²²
26	IFT/110/AI/073/ 2015	Innova, S. de R.L. de C.V.		24.04.2015 ¹²³	Se dio cumplimiento mediante el escrito presentado el día: 07.05.2015, ¹²⁴ 10.05.2015, ¹²⁵ 11.05.2015 ¹²⁶ Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ¹²⁷

¹¹⁴ Foja 29419.

¹¹⁵ Fojas 13035 a 13040.

¹¹⁶ Fojas 23463 a 23470.

¹¹⁷ Foja 31137.

¹¹⁸ Fojas 13041 a 13046.

¹¹⁹ Fojas 21514 a 21525.

¹¹³ Foja 23514.

¹²⁰ Fojas 13047 a 13052.

¹²¹ Fojas 23526 a 23532.

¹²² Foja 31138.

¹²³ Fojas 13053 a 13063.

¹²⁴ Fojas 23633 a 23638.

¹²⁵ Fojas 29930 a 29938.

¹²⁶ Fojas 30981 a 30988.

¹²⁷ Foja 31139.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

27	IFT/110/AI/074/ 2015	Grupo Televisa, S.A.B.	24.04.2015 ¹²⁸	Se dio cumplimiento mediante el escrito presentado el día: 08.05.2015, ¹²⁹ 11.05.2015 ¹³⁰	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ¹³¹
28	IFT/110/AI/075/ 2015	Axtel, S.A.B. de C.V.	24.04.2015 ¹³²	Se dio cumplimiento mediante el escrito presentado el día 29.04.2015 ¹²⁴	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 08.05.2015 ¹³³
29	IFT/110/AI/076/ 2015	Cablevisión Red, S.A. de C.V.	24.04.2015 ¹³⁴	Se dio cumplimiento mediante el escrito presentado el día 07.05.2015 ¹³⁵ .	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ¹³⁶
30	IFT/110/AI/077/ 2015	Comercializadora de Frecuencias Satelitales, S. de R.L., de C.V.	24.04.2015 ¹³⁷	Se dio cumplimiento mediante diverso escrito presentado el día 07.05.2015 ¹³⁸ .	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 08.05.2015 ¹³⁹
31	IFT/110/AI/078/ 2015	Comunicación B15, S.A. de C.V.	24.04.2015 ¹⁴⁰	Se dio cumplimiento mediante el escrito presentado el día 05.05.2015 ¹⁴¹	Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de

¹²⁸ Fojas 13064 a 13069.

¹²⁹ Fojas 28745 a 28763.

¹³⁰ Fojas 30989 a 30998.

¹³¹ Foja 31140.

¹³² Fojas 13070 a 13075.

¹²⁴ Fojas 16094 a 16102.

¹³³ Foja 29420.

¹³⁴ Fojas 13076 a 13081.

¹³⁵ Fojas 23597 a 23613.

¹³⁶ Foja 31141.

¹³⁷ Fojas 13082 a 13087.

¹³⁸ Fojas 23542 a 23589.

¹³⁹ Foja 29421.

¹⁴⁰ Fojas 13088 a 13093.

¹⁴¹ Fojas 22395 a 22399.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

				fecha
32	IFT/110/AI/079/ 2015	Empresas Cablevisión, S.A.B. de C.V.	24.04.2015 ¹⁴³	11.05.2015 ¹⁴²
				Se dio cumplimiento mediante el escrito presentado el día 08.05.2015, ¹⁴⁴ Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ¹⁴⁵
33	IFT/110/AI/080/ 2015	Grupo Cable TV, S.A. de C.V.	24.04.2015 ¹⁴⁶	11.05.2015 ¹⁴⁸
				Se dio cumplimiento mediante el escrito presentado el día 07.05.2015, ¹⁴⁷ Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ¹⁴⁸
34	IFT/110/AI/DG- CME/012/2015	Coordinación General de Planeación, IFT	29.04.2015 ¹⁴⁹	11.05.2015 ¹⁵¹
				Se dio cumplimiento mediante escrito presentado el día 11.05.2015 ¹⁵⁰ Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ¹⁵¹
35	IFT/110/AI/DG- CME/014/2015	Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales, IFT	05.05.2015 ¹⁵²	11.05.2015 ¹⁵⁴
				Se dio cumplimiento mediante escrito presentado el día 11.05.2015 ¹⁵³ Se tuvo por desahogado mediante acuerdo de fecha 11.05.2015 ¹⁵⁴

¹⁴² Foja 31142.

¹⁴³ Fojas 13094 a 13099.

¹⁴⁴ Fojas 28764 a 28781.

¹⁴⁵ Foja 31143.

¹⁴⁶ Fojas 13100 a 13105.

¹⁴⁷ Fojas 23614 a 23632.

¹⁴⁸ Foja 31144.

¹⁴⁹ Fojas 19586 a 19588.

¹⁵⁰ Fojas 31093 a 31094.

¹⁵¹ Foja 31095.

¹⁵² Fojas 23420 a 23422.

¹⁵³ Fojas 31090 a 31092.

¹⁵⁴ Fojas 31096 a 31097.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

DÉCIMO PRIMERO.- *Integración de Información.*- En el curso de la investigación, de conformidad con las atribuciones previstas en los artículos 73, primer párrafo, 96, fracción IV, segundo párrafo, y 123, todos de la LFCE, se emitieron diversos acuerdos por medio de los cuales se ordenó integrar diversa información al Expediente. La relación de dichos acuerdos se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 2. Integración de Información

Fecha	Información recabada
12.03.2015	Información extraída de la versión electrónica del expediente AI/DC-001-2014, relativa a: ¹⁶⁵ <ul style="list-style-type: none"> ❖ Productora y Comercializadora de Televisión, S.A. de C.V. ❖ Grupo Televisa, S.A.B.
06.04.2015	Información extraída de la versión electrónica del expediente AI/DC-001-2014, relativa a: ¹⁶⁶ <ul style="list-style-type: none"> ❖ Comercializadora de Frecuencias Satelitales, S.A. de C.V. ❖ Total Play Comunicaciones, S.A. de C.V. ❖ Maxcom Telecomunicaciones, S.A.B. de C.V. ❖ Axtel, S.A.B. de C.V. ❖ Televisión Internacional, S.A. de C.V. ❖ Empresas Cablevisión, S.A.B. de C.V. ❖ Innova, S. de R.L. de C.V.
07.04.2015	Información extraída de la versión electrónica del expediente AI/DC-001-2014, relativa a: ¹⁶⁷ <ul style="list-style-type: none"> ❖ Grupo Cable TV, S.A de C.V. ❖ Cablevisión Red, S.A. de C.V. ❖ TV Rey de Occidente, S.A. de C.V. ❖ Televisión por Cable Tepa, S.A. de C.V. ❖ TV Cable del Guadiana, S.A. de C.V. ❖ Ultravisión, S.A. de C.V. ❖ Comunicación B15, S.A. de C.V.
22.04.2015	Información extraída de la versión electrónica del expediente AI/DC-001-2014, relativa a: ¹⁶⁸ <ul style="list-style-type: none"> ❖ TV Rey de Occidente, S.A. de C.V.
23.04.2015	Información extraída de la versión electrónica del expediente AI/DC-001-2014, relativa a: ¹⁶⁹ <ul style="list-style-type: none"> ❖ Productora y Comercializadora de Televisión, S.A. de C.V.
24.04.2015	Información pública contenida en diversas direcciones electrónicas ubicadas en Internet, entre la que se contienen estudios, resoluciones, información económica y

¹⁶⁵ Fojas 00007 a 00045

¹⁶⁶ Fojas 02141 a 02204.

¹⁶⁷ Fojas 02207 a 02243.

¹⁶⁸ Fojas 10007 a 10009 y 10149 a 10150.

¹⁶⁹ Fojas 10234 a 10242 y 10255 a 10419.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

	financiera de diferentes agentes económicos, análisis e investigaciones en idioma inglés, y su posterior traducción al español, relevantes para la investigación. ¹⁶⁰
24.04.2015	<p>Información extraída de la versión electrónica del expediente AI/DC-001-2014, relativa a:¹⁶¹</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Empresas Cablevisión, S.A.B. de C.V. ❖ Cablevisión Red, S.A. de C.V. ❖ Innova, S. de R.L. de C.V. ❖ Grupo Cable TV, S.A. de C.V.
29.04.2015	<p>Información pública contenida en diversas direcciones electrónicas ubicadas en Internet, relativa a precios, canales y paquetes ofrecidos por:¹⁶²</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Axtel, S.A.B. de C.V. ❖ Megacable Holdings, S.A.B. de C.V. ❖ Cablemás (Grupo Televisa, S.A.B.) ❖ Izzi ❖ Maxcom Telecomunicaciones, S.A.B. de C.V. ❖ Grupo Cable TV, S.A. de C.V. ❖ DISH (Comercializadora de Frecuencias Satelitales, S.A. de C.V.) ❖ Total Play, S.A. de C.V. ❖ Innova, S. de R.L. de C.V. ❖ T.V. Rey de Occidente, S.A. de C.V.
05.05.2015	<p>Información pública contenida en diversas direcciones electrónicas ubicadas en Internet, relativa a:¹⁶³</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Megacable Holdings, S.A.B. de C.V. ❖ Axtel, S.A.B. de C.V. ❖ Maxcom Telecomunicaciones, S.A.B. de C.V. ❖ Empresas Cablevisión, S.A.B. de C.V. ❖ T.V. Azteca, S.A.B. de C.V. ❖ Grupo Televisa, S.A.B. de C.V. ❖ Grupo Elektra, S.A.B. de C.V.
07.05.2015	Información extraída del expediente E-IFT/UC/DGIPM/PMA/004/2013, de la Dirección General de Prácticas Monopólicas y Concentraciones Ilícitas, consistente en los Estados Financieros del ejercicio fiscal 2014 de Productora y Comercializadora de Televisión, S.A. de C.V. ¹⁶⁴
07.05.2015	Información pública contenida en diversas direcciones electrónicas ubicadas en Internet, relativa a diversos agentes económicos, así como estudios, resoluciones, información económica y financiera de diferentes agentes económicos, análisis e investigaciones, relevantes para la investigación. ¹⁶⁵
07.05.2015	<p>Información extraída del expediente UCE/AVC-002-2014 de la Unidad de Competencia Económica, relativa a:¹⁶⁶</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Mega Cable, S.A. de C.V. ❖ TV Seybaplaya, S.A. de C.V.

¹⁶⁰ Fojas 11632 a 13010.

¹⁶¹ Fojas 13108 a 13121.

¹⁶² Fojas 19589 a 21305.

¹⁶³ Fojas 22712 a 23419.

¹⁶⁴ Fojas 23880 a 23908.

¹⁶⁵ Fojas 23909 a 27943.

¹⁶⁶ Fojas 27944 a 28651.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

08.05.2015	Información consistente en copia certificada en formato electrónico de la versión electrónica de los expedientes AI/DC-001-2014 y AI/DC-002-2014. ¹⁶⁷
08.05.2015	Información pública contenida en diversas direcciones electrónicas ubicadas en Internet, consistente en diversos estudios, resoluciones, bases de datos, análisis e investigaciones, relevantes para la investigación. ¹⁶⁸
08.05.2015	Información pública contenida en diversas direcciones electrónicas ubicadas en Internet, consistente en diversos estudios, resoluciones, bases de datos, análisis e investigaciones, relevantes para la investigación. ¹⁶⁹

DÉCIMO SEGUNDO.- Expediente de Investigación AI/DC-001-2014.- Con fecha trece de marzo de dos mil quince, la AI emitió el dictamen preliminar correspondiente a la investigación radicada bajo el número de expediente AI/DC-001-2014, de conformidad con la fracción V del artículo 96 de la LFCE. Dicha investigación tuvo como fin determinar la existencia de agentes económicos con poder sustancial en los mercados de audio y video asociado a través de redes públicas de telecomunicaciones con dimensión nacional, local, estatal y/o regional. Como resultado, en dicho dictamen preliminar se concluyó que el Grupo de Interés Económico encabezado por Grupo Televisa, S.A.B. tiene poder sustancial en 2,124 (dos mil ciento veinticuatro) mercados relevantes. Tal y como fue señalado en el numeral anterior, copia certificada de la versión electrónica del expediente DC-001-2014, fue integrada al Expediente en que se actúa.

DÉCIMO TERCERO.- Expediente de Investigación AI/DC-002-2014.- Con fecha veintidós de abril de dos mil quince, la AI emitió el dictamen preliminar correspondiente a la investigación radicada bajo el número de expediente AI/DC-002-2014, de conformidad con la fracción V del artículo 96 de la LFCE. Dicha investigación tuvo como fin determinar la probable existencia de agentes económicos con poder sustancial en el o los mercados de redes de telecomunicaciones que presten servicios de voz, datos o video, a nivel nacional, estatal, regional y/o local. Como resultado, en dicho dictamen preliminar se concluyó que el Grupo de Interés Económico encabezado por Grupo Televisa, S.A.B. adquirió o incrementó su poder sustancial en 99 (noventa y nueve) mercados relevantes del STAR. Tal y como fue señalado en el numeral anterior, copia certificada de la versión electrónica del expediente AI/DC-002-2014, fue integrada al Expediente en que se actúa.

DÉCIMO CUARTO.- Clasificación de Confidencialidad de la información obtenida.- En cumplimiento a lo establecido en los artículos 3, fracción IX, 124, párrafo primero y 125 de la LFCE, se acordó clasificar como confidencial diversa información y documentos aportados dentro del presente procedimiento por los agentes

¹⁶⁷ Fojas 28652 a 28714.

¹⁶⁸ Fojas 29356 a 29407.

¹⁶⁹ Fojas 29426 a 29632.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

económicos que así lo solicitaron y que reunieron los requisitos señalados en el primer párrafo del artículo 125 de la ley en comento. En consecuencia, la misma fue resguardada con tal carácter por cuerda separada del expediente en que se actúa, con la indicación del agente económico que la proporcionó.

DÉCIMO QUINTO.- *Multa como medida de apremio.*- En virtud del incumplimiento al requerimiento contenido en el oficio IFT/110/AI/050/2015 y con fundamento en los artículos 126, fracción II y 130 de la LFCE, en fecha veintisiete de abril de dos mil quince, el titular de la AI emitió un acuerdo mediante el cual se impuso a Televisión Internacional, S.A. de C.V. una multa como medida de apremio por la cantidad de \$157,725.00 (ciento cincuenta y siete mil setecientos veinticinco pesos 00/100 M.N.), equivalente a 2,250 (dos mil doscientas cincuenta) veces el salario mínimo general diario vigente para el Distrito Federal.

Ante la falta de cumplimiento del requerimiento señalado, en fecha nueve de junio del dos mil quince, el titular de la AI emitió el acuerdo mediante el cual se individualizó la multa señalada, la cual se determinó en la cantidad de \$2'839,050 (dos millones ochocientos treinta y nueve mil cincuenta pesos 00/100 M.N.). Lo anterior se notificó a Televisión Internacional, S.A. de C.V. con fecha diez de junio de dos mil quince.

DÉCIMO SEXTO.- *Incidente de nulidad de notificaciones.* El diecisiete de abril de dos mil quince el representante legal de Comunicación B15, S.A. de C.V. interpuso un incidente de nulidad de notificaciones en contra de la notificación del oficio de requerimiento IFT/110/AI/055/2015, señalando el estado de indefensión de su representada, dada la supuesta falta de cumplimiento en las formalidades de la notificación del oficio señalado. Mediante acuerdo de fecha veinte de abril de dos mil quince, emitido por el titular de la AI, se admitió a trámite el incidente, ordenándose su tramitación por cuerda separada bajo el expediente AI/DC-001-2015-I.

Por acuerdo de fecha ocho de mayo de dos mil quince, notificado mediante Lista Diaria de Notificaciones de la AI el día doce del mismo mes y año, el titular de la AI tuvo por integrado el expediente incidental y ordenó la remisión de sus constancias al Pleno del Instituto para su resolución.

Mediante acuerdo número P/IFT/030615/146, de fecha tres de junio de dos mil quince, el Pleno del IFT emitió la resolución al incidente de mérito, declarándolo infundado.

DÉCIMO SÉPTIMO.- *Acuerdo de conclusión.*- El día once de mayo de dos mil quince, finalizó el periodo de investigación, por lo que con fundamento en los artículos 96, fracción V, de la LFCE, y 62, primer párrafo y 65, fracción IV, del Estatuto Orgánico,

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

así como 67 de las Disposiciones Regulatorias, el doce de mayo de dos mil quince el titular de la AI emitió el acuerdo de conclusión de la etapa de investigación, el cual fue notificado mediante Lista Diaria de Notificaciones de la AI en la misma fecha.¹⁷⁰

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

II. CONSIDERACIONES DE DERECHO

PRIMERA.- Competencia.- El artículo 2 de la LFCE establece que la misma tiene por objeto: "...promover, proteger y garantizar la libre competencia y la competencia económica, así como prevenir, investigar, combatir, perseguir con eficacia, castigar severamente y eliminar los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones ilícitas, las barreras a la libre competencia y la competencia económica, y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados."

Así también, los artículos 5, primer párrafo de la LFCE y 7, tercer párrafo, de la LFTyR, establecen que el IFT es la autoridad en materia de competencia económica de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, por lo que en éstos ejercerá en forma exclusiva las facultades que establecen el artículo 28 de la CPEUM, la LFCE y la LFTyR.

En ese contexto, la fracción XX del artículo 15 de la LFTyR establece lo siguiente:

"Artículo 15. Para el ejercicio de sus atribuciones corresponde al Instituto:

(...)

XX. Determinar la existencia de agentes económicos con poder sustancial en los mercados relevantes que corresponda, así como agentes económicos preponderantes en los sectores de radiodifusión y de telecomunicaciones; e imponer las medidas necesarias para evitar que se afecte la competencia y la libre competencia en los mercados materia de esta Ley;" (énfasis añadido).

En ese sentido, el artículo 17, fracción I, de la LFTyR establece que corresponde al Pleno del Instituto el ejercicio exclusivo e indelegable de las facultades establecidas en la fracción XX del artículo 15 de la LFTyR, entre otras. Por lo tanto, corresponde al Pleno del Instituto resolver sobre la existencia de poder sustancial en los mercados a los que se refiere el quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio.

¹⁷⁰ Fojas 31245 a 31246.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Por otro lado, los artículos 62, fracción IX y 65, fracción III, del Estatuto Orgánico, establecen la atribución de la AI de iniciar las investigaciones a que se refiere el quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio, así como la atribución de la DGCM de tramitar y realizar las investigaciones. En consecuencia, la AI es competente para desahogar la presente investigación.

SEGUNDA.- Procedimiento de declaratoria de poder sustancial. El primer párrafo del artículo 279 de la LFTyR establece que: *"El Instituto está facultado para determinar la existencia de agentes económicos con poder sustancial en cualquier mercado relevante de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, en términos de esta Ley y la Ley Federal de Competencia Económica."* (énfasis añadido).

En ese mismo sentido, el artículo 280 de la LFTyR establece lo siguiente:

"Artículo 280. El Instituto declarará si un agente económico tiene poder sustancial en algún mercado relevante de los sectores de radiodifusión o telecomunicaciones, de acuerdo con el procedimiento establecido en la Ley Federal de Competencia Económica, así como las disposiciones sustantivas previstas en dicha ley y en la presente Ley." (énfasis añadido).

Ahora bien, el primer párrafo del artículo 96 de la LFCE señala lo siguiente:

"Artículo 96. Cuando las disposiciones legales o reglamentarias prevengan expresamente que deba resolverse u opinar sobre cuestiones de competencia efectiva, existencia de poder sustancial en el mercado relevante u otros términos análogos, o cuando así lo determine el Ejecutivo Federal mediante acuerdos o decretos, la Comisión emitirá de oficio, a solicitud del Ejecutivo Federal, por sí o por conducto de la Secretaría, a solicitud de la dependencia coordinadora del sector correspondiente o a petición de parte afectada la resolución u opinión que corresponda, para lo cual se estará al siguiente procedimiento:

(...)" (énfasis añadido).

Por lo anterior, la Investigación para determinar la existencia de agentes económicos con poder sustancial en el o los mercados relevantes, a la que se refiere el quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio debe desahogarse conforme a lo establecido en el artículo 96 de la LFCE, en relación con los diversos 279 y 280 de la LFTyR.

TERCERA. Desahogo de la investigación. El presente procedimiento administrativo se realizó en observancia a lo establecido en el artículo 96 de la LFCE, en relación con el párrafo quinto del Artículo Noveno Transitorio, conforme a las siguientes actuaciones:

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

- El once de febrero de dos mil quince, el Pleno del IFT resolvió dar vista a la AI para los efectos legales a que haya lugar, conforme al párrafo quinto del Artículo Noveno Transitorio de la LFTyR, con relación a la concentración radicada bajo el expediente UCE/AVC-002-2014.
- El veintiséis de febrero de dos mil quince, la AI emitió el acuerdo de inicio de la investigación, para determinar la probable existencia de agentes económicos con poder sustancial en el o los mercados de redes de telecomunicaciones que presten servicios de voz, datos o video, a nivel nacional, estatal, regional y/o local.
- El cinco de marzo de dos mil quince se publicó en el DOF el extracto del acuerdo.
- La AI realizó diversos requerimientos de información y documentación durante el plazo de investigación señalado en el párrafo quinto del Artículo Noveno Transitorio.
- Recabada y analizada la información y/o documentación de los agentes económicos y fenecido el plazo fijado por la ley, se emitió el acuerdo de conclusión de investigación el día hábil siguiente a su terminación, de conformidad con el artículo 67 de las Disposiciones Regulatorias.

Ahora bien, en términos de lo señalado en la fracción V del artículo 96 de la LFCE, en relación con los diversos 68 y 120, fracción II, de las Disposiciones Regulatorias, concluido el periodo de investigación, el titular de la AI deberá emitir un dictamen preliminar dentro de los treinta días hábiles siguientes a la emisión del correspondiente acuerdo de conclusión.

CUARTA.- Del Procedimiento a partir de la emisión del Dictamen Preliminar que proponga el cierre del expediente.- De conformidad con el artículo 120, fracción II, de las Disposiciones Regulatorias, si no existen elementos suficientes para determinar la existencia de poder sustancial en el mercado relevante la AI presentará al Pleno del Instituto un dictamen preliminar que proponga el cierre del expediente.

El Pleno podrá decretar el cierre del expediente o, en caso de que considere que existen elementos objetivos para emitir un dictamen preliminar, con base en las constancias que obren en el expediente de investigación, la AI deberá presentar un nuevo dictamen dentro de un plazo no mayor a sesenta días.

QUINTA.- Concentración que dio origen al procedimiento.- Conforme a lo anteriormente señalado, la presente investigación derivó del Aviso de Concentración presentado conforme al Artículo Noveno Transitorio, radicado bajo

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

el expediente UCE/AVC-002-2014, mismo que fue señalado en el antecedente QUINTO del presente dictamen.

Se reitera que, tal y como se indicó en el antecedente TERCERO del presente Dictamen Preliminar, el análisis para determinar la existencia o no de poder sustancial en el o los mercados relevantes que se determinen, se realiza respecto de los agentes económicos involucrados en la transacción, tomando en consideración lo establecido por el Artículo Noveno Transitorio de forma integral.

A continuación se describe dicha operación, con base en la Resolución del Pleno, así como la información presentada en el Aviso de Concentración.

5.1. Descripción de la operación

La operación consistió en un incremento de la participación de Mega Cable en el capital social de PCTV [REDACTED]¹⁷¹ a través de la compraventa de [REDACTED] de las acciones representativas del capital social de PCTV. [REDACTED]

5.2. Descripción de las partes

Comprador directo

Mega Cable, S. A. de C. V. (Mega Cable). Sociedad anónima de capital variable, constituida conforme a las leyes mexicanas, titular de diversas concesiones para prestar el servicio de televisión y audio restringidos. Mega Cable a su vez es subsidiaria de Megacable Holdings, S.A.B. de C.V.

Comprador indirecto

Megacable Holdings, S.A.B. de C.V. (Megacable). Sociedad anónima bursátil de capital variable constituida conforme a las leyes mexicanas, que cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores, controladora de diversas sociedades dedicadas a la instalación, operación, mantenimiento y explotación de sistemas de distribución de señales de televisión por cable, internet y telefonía, así como diversas sociedades que proveen servicios técnicos y administrativos a las empresas del grupo. Además, sus subsidiarias se dedican a la producción de señales y a la venta de espacios

¹⁷¹ Cifras redondeadas.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

publicitarios para televisión restringida. Megacable Holdings S.A.B. de C.V. encabeza el grupo de interés económico identificado como Megacable.¹⁷²

En el año 2014, Megacable contaba con [REDACTED] de suscriptores del STAR,¹⁷³ 721 mil suscriptores del servicio de telefonía fija¹⁷⁴ y 1.3 millones de suscriptores del servicio de internet de banda ancha fija.¹⁷⁵

Vendedor directo

[REDACTED] Sociedad mexicana que cuenta con una concesión e infraestructura para prestar el STAR en la localidad de [REDACTED]
[REDACTED]

Vendedores indirectos

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

Sociedad objeto de la operación

PCTV. Sociedad anónima de capital variable, constituida conforme a las leyes mexicanas, dedicada a la distribución y compraventa de señales de televisión nacionales e internacionales, venta de anuncios y espacios publicitarios de televisión, producción y coproducción de programas, así como a la compra de derechos de transmisión de señales para canales propios y vendidos a los sistemas de televisión por cable y MMDS de la República Mexicana, varios de ellos también accionistas de PCTV.¹⁷⁶

¹⁷² Ver Anexo II, GIE 1 Megacable.

¹⁷³ Información a agosto de 2014, fojas de acuerdo al Anexo V. Índice de fojas de suscriptores.

¹⁷⁴ Reporte Anual Megacable 2014. Foja 22768.

¹⁷⁵ Reporte Anual Megacable 2014. Foja 22768.

¹⁷⁶ Fojas 680-690.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

A su vez, PCTV controla, directa e indirectamente, las siguientes sociedades:

- a) [REDACTED]¹⁷⁷ Sociedad mexicana subsidiaria de PCTV, concesionaria de una red pública de telecomunicaciones a través de la cual presta el servicio de distribución de señales de televisión y audio restringidos vía satélite. Es la principal tenedora de las acciones de [REDACTED]
- b) [REDACTED]¹⁷⁸ Sociedad mexicana subsidiaria de PCTV que comercializa señales de televisión y audio restringidos, y que presta servicios relacionados con la producción de programas de televisión.
- c) [REDACTED]¹⁷⁹ Sociedad mexicana subsidiaria de PCTV, cuya actividad principal es la comercialización de anuncios o espacios publicitarios, a través de distintos sistemas de televisión por cable.
- d) [REDACTED]¹⁸⁰ Sociedad mexicana subsidiaria de PCTV, que provee a esta última el servicio de administración de personal. Asimismo, se dedica a la distribución de señales de televisión.

5.3. Modificaciones en la estructura accionaria

A continuación se describen las variaciones en la estructura accionaria de PCTV, antes y después de la operación, hasta su conformación actual.

Hechos previos a la operación

[REDACTED]

[REDACTED]¹⁸¹

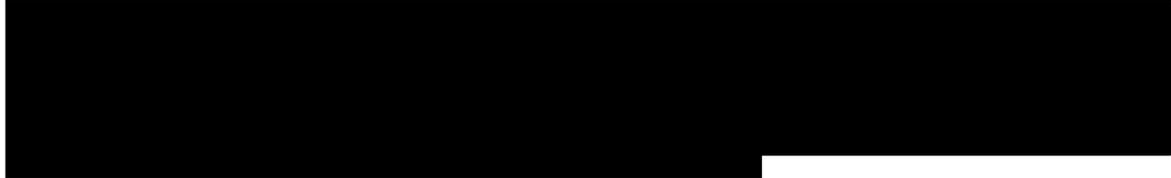
¹⁷⁷ Fojas 915-923.

¹⁷⁸ Fojas 867-874.

¹⁷⁹ Fojas 813-820.

¹⁸⁰ Fojas 768-776.

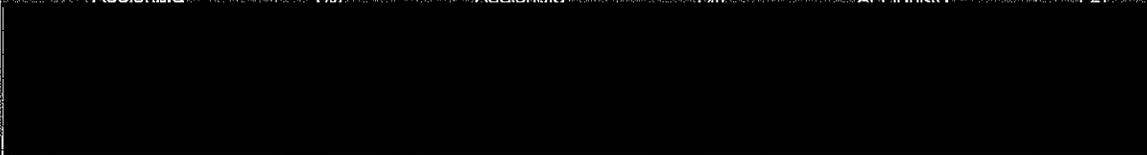
¹⁸¹ Información presentada por Mega Cable dentro del expediente del Aviso de Concentración UCE/AVC-002-2014, visible a fojas 28321-28328.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE
Compraventa de acciones

182Estructura accionaria de PCTV

La estructura accionaria de PCTV antes y después de la operación se describe a continuación:

Tabla 3. Participación accionaria de los diversos accionistas de PCTV
antes y después de la operación

Antes de la operación		Después de la operación		Actualmente	
Accionista	(%)	Accionista	(%)	Accionista	(%)
					
Total	100%	Total	100%	Total	100%

Notas:

* Otros son accionistas con menos del 1% de las acciones de PCTV que corresponden a  accionistas.

** Otros son accionistas con menos del 1% de las acciones de PCTV que corresponden a  accionistas.

*** Otros son accionistas con menos del 1% de las acciones de PCTV que corresponden a  accionistas.

Fuente: Fojas 28321-28328 y 1290.

¹⁸² Información presentada por Mega Cable dentro del expediente del Aviso de Concentración UCE/AVC-002-2014, visible a fojas 27946-27962.

¹⁸³ Megacable también participa en PCTV a través de 

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Es de señalar que con posterioridad a la operación materia del Aviso de Concentración, Mega Cable adquirió de diversos accionistas [REDACTED] acciones representativas del capital social de PCTV, acumulando un total de [REDACTED] acciones, equivalentes al [REDACTED] del capital social.

5.4. Servicios involucrados en la operación

Megacable se dedica primordialmente a la provisión de servicios de telecomunicaciones. La prestación de los servicios de televisión y audio restringidos, telefonía fija y banda ancha fija contribuyen con más de [REDACTED] de sus ingresos totales. Sin embargo, sus subsidiarias también participan en la producción de señales audiovisuales y en la venta de espacios publicitarios para televisión restringida, como se detalla a continuación.

A través de Entretenimiento Satelital, S.A. de C.V., Megacable produce la señal de televisión denominada Video Rola,¹⁸⁴ la cual transmite contenido musical. Además, produce una cantidad limitada de programación, principalmente noticiosa, a través de MegaCanal.¹⁸⁵ Asimismo, tiene los derechos de transmisión para todo el mundo de la Liga Mexicana del Pacífico y de la Serie del Caribe para México. No obstante su participación en la producción de contenidos, Megacable adquiere la mayor parte de su programación de terceros, principalmente, a través de contratos de licencia celebrados con PCTV.¹⁸⁶

Megacable también vende espacios publicitarios a los anunciantes nacionales y locales. Esta venta está enfocada básicamente en tres productos: (i) Bloqueos;¹⁸⁷ (ii) MegaCanal¹⁸⁸ y; (iii) Eventos Especiales.¹⁸⁹ Los dos últimos productos le permiten a los anunciantes integrar su marca con el contenido, lo que le da un valor agregado a la publicidad.

Por su parte, PCTV se dedica a la producción y programación de contenidos para televisión restringida, así como a la distribución y comercialización de señales de televisión restringida, nacionales e internacionales. PCTV comercializa señales

¹⁸⁴ La señal de Video Rola es comercializada a través de PCTV. Foja 27553.

¹⁸⁵ La señal de MegaCanal se transmite únicamente en la red de Megacable. Folias 27553 y 27556.

¹⁸⁶ Conforme al Reporte Anual Megacable 2014. Foja 22748.

¹⁸⁷ Tiempos comerciales en los canales de los programadores que otorgan minutos por hora para comercialización y promoción en la red de Megacable. Informe Anual de Megacable de 2014.

¹⁸⁸ Venta de publicidad local y nacional en los productos informativos locales que la empresa produce, además de vender tiempo aire para productores independientes.

¹⁸⁹ Venta de publicidad dentro de los eventos especiales que Megacable adquiere, ya sea a nivel nacional o local, por ejemplo la Serie del Caribe o la Liga Mexicana del Pacífico.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

propias y producidas por terceros tenedores de sus derechos (Programadores), quienes otorgan a PCTV licencias [REDACTED] para distribuir y representar dichas señales. Según cifras al mes de Agosto del año 2014, los sistemas de televisión por cable afiliados a PCTV en México agrupaban [REDACTED] de suscriptores del STAR.¹⁹⁰

La principal fuente de ingresos de PCTV es la distribución y comercialización de señales de televisión restringida, la cual contribuye con [REDACTED] de los ingresos totales. PCTV distribuye [REDACTED] señales internacionales ([REDACTED] incluyendo señales HD)¹⁹¹ y [REDACTED] nacionales ([REDACTED] incluyendo señales HD y delay).¹⁹² De estas últimas, cinco son producidas por el propio PCTV: (1) TVC, canal de contenido noticioso y de entretenimiento, (2) TVC Deportes, canal de contenido deportivo, (3) Cine Mexicano, canal de cine mexicano clásico y contemporáneo, (4) Pánico, canal de cine de terror, y (5) Platino, canal de cine internacional.¹⁹³ Desde el año 2010, PCTV se dedica también a la venta de publicidad para la televisión y audio restringidos.¹⁹⁴

Adicionalmente, PCTV cuenta con cinco foros de televisión equipados con tecnología 100% digital, y tres unidades móviles con capacidad de ocho cámaras para transmitir en vivo. Además, trabaja con equipos portátiles y posee un telepuerto Mpeg4 equipado para la transmisión de señales.¹⁹⁵

PCTV es titular de permisos para instalar y operar una red de comunicaciones de voz y datos vía satélite, mediante la instalación de una estación terrena maestra en la Ciudad de México, y de estaciones remotas en otras partes del país, así como para instalar y operar una estación terrena transmisora para recibir o transmitir señales de comunicación vía satélite.

En la Tabla 4 se resumen los servicios que ofrecen Megacable y PCTV:

(Espacio en blanco)

¹⁹⁰ Información proporcionada por PCTV, visible a fojas 33181-33190 del Expediente AI/DC-001-2014. Datos a agosto de 2014.

¹⁹¹ Foja 13908.

¹⁹² Foja 13908.

¹⁹³ No se consideran las señales delay o HD. Foja 1557.

¹⁹⁴ Foja 1557.

¹⁹⁵ Información obtenida de su página web. Foja 8076 del Expediente AI/DC-001-2014.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Tabla 4. Servicios que ofrecen Megacable y PCTV.

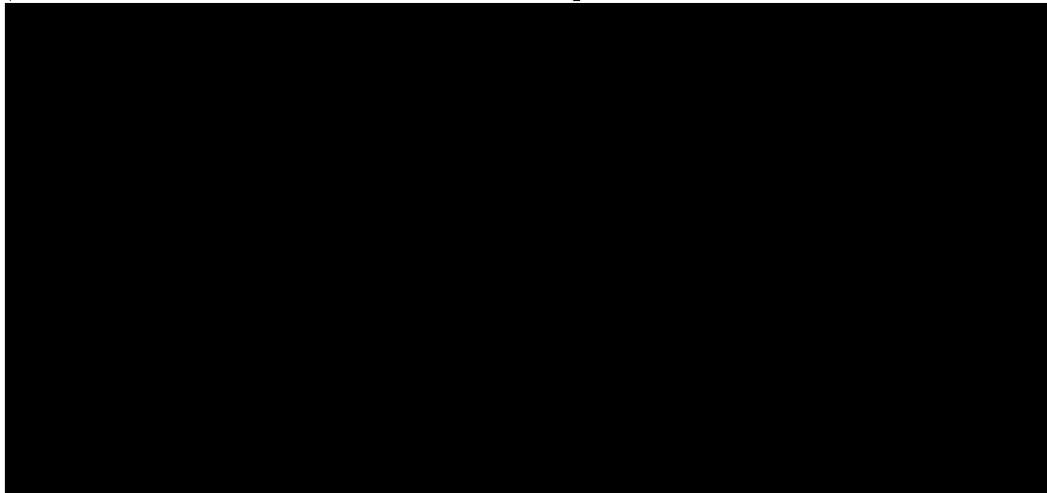
Servicios	Megacable	PCTV
Internet de banda ancha fija (SBAF)	Sí	No
Telefonía fija (STF)	Sí	No
Servicios de interconexión para terminación fija	Sí	No
Producción y programación de contenido para televisión y audio restringidos	Sí	Sí
Comercialización de espacios publicitarios para televisión y audio restringidos (Publicidad)	Sí	Sí
Comercialización de señales para televisión y audio restringidos ^{1/}	No	Sí
Servicio de televisión y audio restringidos (STAR)	Sí	No

Nota:

Fuente: Resolución emitida por el Pleno del IFT el once de febrero de dos mil quince, mediante acuerdo número P/IFT/EXT/110215/48, relativa al expediente UCE/AVC-002-2014, Foja 28618.

La importancia relativa de estos servicios dentro de la estructura de ingresos de Megacable y PCTV se muestra en el Gráfico 1.

Gráfico 1. Megacable y PCTV. Importancia relativa de cada servicio dentro de los ingresos totales. Diciembre 2014.



Notas:

The content of this section is redacted with a large black box.

Fuente: Elaboración propia a partir de información proporcionada por PCTV y Megacable, así como información obtenida del Estados de Resultados de PCTV para el año 2014 y del Reporte Anual Megacable 2014. Fojas 22714-22813; 23881-23908; 680-953; 29765 y 5131.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

De lo señalado anteriormente, se concluye que Megacable y PCTV no coinciden en los servicios que representan su giro principal de negocio, sino en otros secundarios. Los servicios donde coinciden son:

- i) Producción y programación de contenidos para el servicio de televisión y audio restringidos.
- ii) Comercialización de espacios publicitarios para el servicio de televisión y audio restringidos.

Derivado de la transacción, también se genera una integración vertical que involucra un tercer servicio, iii) Comercialización de señales para el servicio de televisión y audio restringidos. En lo que respecta a este servicio, la operación conlleva únicamente una sustitución de agentes, por lo que no hay una alteración en la estructura del mercado.

Los servicios involucrados en la operación materia de la presente investigación forman parte de la cadena de valor del STAR, tal como se explica en la siguiente sección.¹⁹⁶

III. CADENA DE VALOR DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES

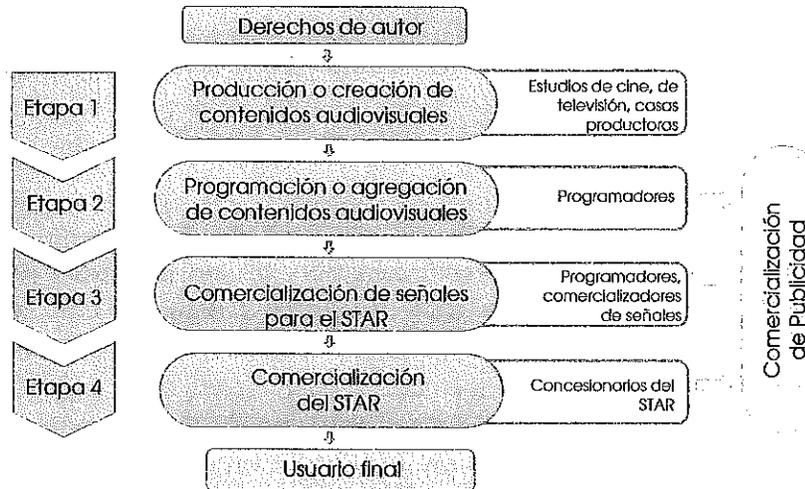
La cadena de valor de los contenidos audiovisuales transmitidos a través del servicio de televisión y audio restringidos, se puede dividir en cuatro grandes fases: i) Producción o creación de contenidos, ii) Programación o agregación de contenidos, iii) Comercialización de señales audiovisuales y iv) Comercialización del STAR, tal como se observa en el Diagrama 1.

(Espacio en blanco)

¹⁹⁶ Conforme a la Resolución de Pleno, Fojas 28621-28622. Véase también la resolución emitida por la extinta Comisión Federal de Competencia en fecha 24 de enero de 2012, dentro del expediente de concentración CNT-031-2011, visible a fojas 26439-26490.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Diagrama 1: Cadena de valor de los contenidos audiovisuales transmitidos a través del STAR



Fuente: Con base en el documento de la OCDE, "Mesas redondas sobre política: Problemas de Competencia en Televisión y Radiodifusión" (2013). Fojas 87199-87200 del Expediente AI/DC-001-2014.

A continuación se describen cada una de las cuatro fases mencionadas.

Etapa 1. Producción o creación de contenidos audiovisuales

Esta etapa consiste en generar imágenes en movimiento, acompañadas o no de sonido que pueden ser transmitidas y difundidas a los usuarios finales. Los productores de contenidos pueden ser estudios de cine, estudios televisivos, casas productoras, entre otros.

La Ley Federal del Derecho de Autor, en su artículo 94, define como obras audiovisuales:

"... las expresadas mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que se hacen perceptibles, mediante dispositivos técnicos, produciendo la sensación de movimiento."

Los contenidos, o más precisamente, las obras audiovisuales están protegidas por la legislación nacional e internacional de derechos de autor,¹⁹⁷ en las cuales se prohíbe y se sanciona su uso no autorizado. Los titulares de derechos de autor sobre los contenidos audiovisuales pueden autorizar su transmisión a través de distintas

¹⁹⁷ En el caso de México se encuentra la Ley Federal del Derecho de Autor.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

plataformas o medios de comunicación tales como cine, internet, DVD, señales radiodifundidas o restringidas, entre otros.

Los contenidos son productos ampliamente heterogéneos, que se pueden diferenciar por el tipo de información que contienen (i.e. entretenimiento, infantiles, culturales, deportes, películas, etc.), por la calidad (i.e. definición estándar o alta definición, tercera dimensión, etc.); por si contienen o no anuncios publicitarios; si son eventos de una sola ocasión (i.e. partidos de fútbol) o programas diarios (i.e. noticias, telenovelas, etc.).

En general, la creación de contenidos requiere de tres fases. La primera fase es la preproducción, que abarca desde el momento en que nace la idea hasta que empieza la grabación o la realización del contenido, incluye la elaboración del guion literario, del guion técnico y el plan de trabajo, así como la elección y contratación del material, locación y personal. La segunda fase es la producción y rodaje, que es la realización del programa en sí, la grabación ya sea en estudio o en exteriores (locación), de todo lo planeado en la preproducción. La última fase es la postproducción, que consiste en la selección, edición, inclusión de efectos digitales, musicalización, grabación de incidentales y titulado, entre otras cosas, del material grabado.

Etapa 2. Programación o agregación de contenidos audiovisuales para televisión

En esta etapa intervienen los programadores, quienes organizan los diversos contenidos audiovisuales, ya sea de producción propia o adquirida a terceros, en una secuencia continua con inserciones publicitarias durante el periodo que se transmita la señal, para cada día de transmisión. Como resultado, se produce un canal o señal programada, la cual una vez producida no puede ser modificada por el usuario final.

A nivel mundial, por lo general, existe una fuerte integración vertical entre la creación de contenidos y su programación.¹⁹⁸ Algunos ejemplos de empresas verticalmente integradas a nivel internacional son: Discovery,¹⁹⁹ Time Warner,²⁰⁰ 21st Century Fox,²⁰¹ entre otros, mientras a nivel nacional se encuentran GTV y TV Azteca quienes producen y licencian una serie de canales para el STAR.²⁰² Asimismo, PCTV

¹⁹⁸ Foja 86446 del Expediente AI/DC-001-2014.

¹⁹⁹ Informe Anual de Conformidad con el artículo 13 o 15(d) de la Ley de la Bolsa de Valores de 1934. Discovery Communications Inc. Fojas 31060-31063.

²⁰⁰ Informe Anual 2013. Time Warner Inc. Fojas 31000-31006.

²⁰¹ Informe Anual de Conformidad con el artículo 13 o 15 (d) de la Ley de Bolsa de Valores de 1934. Para el año fiscal terminado el 30 de junio de 2104. Twenty-First Century Fox, Inc. Fojas 31027-31036.

²⁰² Informe Anual de Grupo Televisa, S.A.B., 2014 (páginas 46, 48, 51, 52). Informe Anual de TV Azteca, S.A.B. de C.V., 2013 (página 35). Fojas 23237; 23238; 23240 y 25305.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

y sus subsidiarias producen y programan cinco canales para el STAR.²⁰³ Finalmente, otros operadores del STAR, también producen y programan canales.²⁰⁴

Etapa 3. Comercialización de señales audiovisuales

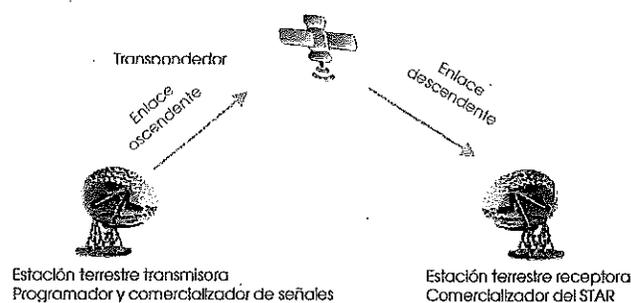
Esta etapa incluye la transmisión y venta de las señales audiovisuales, solas o empaquetadas, al concesionario del STAR.

Los oferentes de los servicios son los programadores y/o comercializadores de señales, los cuales obtienen sus ingresos, principalmente, de la venta de señales y, en menor medida, de la venta de espacios publicitarios a anunciantes y concesionarios del STAR. Los comercializadores también fungen como intermediarios entre los programadores y los concesionarios del STAR.

Los demandantes del servicio son los concesionarios del STAR, quienes adquieren las señales como insumo para la conformación de los paquetes que ofrecen a sus respectivos suscriptores.

El programador y/o comercializador transmite las señales audiovisuales, generalmente vía satélite, a los sistemas de televisión restringida, como se ejemplifica en el siguiente esquema:

Figura 1: Transporte y difusión de señales audiovisuales, a través de enlaces satelitales



La señal es transmitida desde el punto de emisión del programador y/o comercializador a un satélite, por lo que se establece un enlace ascendente (o *uplink* en inglés). La señal es recibida por un transpondedor localizado en el satélite, el cual se encarga de retransmitir dicha señal después de haberla convertido a una frecuencia programada para la infraestructura en tierra (antenas) destinada a la recepción de la misma, por lo que se establece un enlace descendente (o *down link* en inglés).

Nota:

Un enlace satelital se conforma de tres etapas. Dos están ubicadas en las estaciones terrestres, a las cuales se les llama modelos de enlace de subida y bajada y la tercera etapa estará ubicada en el espacio, donde la señal de subida cruzará por el transpondedor del satélite y será regresada a la tierra a una menor frecuencia con la que fue transmitida.

Fuente: Elaboración propia con información de la Resolución del Dictamen DE-001-2006-I y acumulados de extinta Comisión Federal de Competencia. Folios 25955-26012.

²⁰³ Estados financieros de las subsidiarias de PCTV y las páginas web de TVC Networks y PCTV. Folios 680-953 y 27457-27459.

²⁰⁴ Otros operadores del STAR que producen y programan señales para televisión y audio restringidos son [REDACTED] Folios 23563-23564; 29779 y 22398; 23469.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

La comercialización se lleva a cabo, principalmente, a través de paquetes de señales, aunque también se ofrecen señales a la carta o de manera individual. Los paquetes de señales varían en cuanto a número de señales, categorías programáticas cubiertas y en el valor que tienen sus señales de televisión para los usuarios finales (rating). Para la prestación del servicio, generalmente, se establece un contrato entre oferentes y demandantes, en el que se incluye, entre otros términos, el periodo de vigencia, las señales a transmitir, las plataformas y los territorios donde se pueden transmitir los canales, la tarifa (por suscriptor y/o fija), acuerdos sobre publicidad (minutos disponibles por hora de programación) y motivos de terminación del contrato.

Etapa 4. Comercialización del STAR

La cuarta etapa se refiere a la provisión del STAR a los usuarios finales, por parte de concesionarios de RPT, a través de distintas tecnologías o medios de transmisión, como son: cable, satélite, microondas e IPTV.

Independientemente de la tecnología de transmisión que se utilice, la comercialización del STAR se realiza por medio de ofertas de paquetes de señales a cambio de una renta que, generalmente, 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 o canales de televisión a la carta).

Los concesionarios que proveen el STAR obtienen sus ingresos, mayoritariamente, del pago por suscripción que realizan los usuarios finales y, en menor proporción, de la venta de espacios publicitarios a los anunciantes.

IV. MERCADOS DERIVADOS DE LA CONCENTRACIÓN

IV.1. Producción y programación de contenidos para el servicio de televisión y audio restringidos

Mediante la transacción, Megacable adquiere el control de la producción y programación de cinco señales para televisión restringida pertenecientes a PCTV, a saber: (1) Cine Mexicano, (2) Pánico, (3) TVC, (4) TVC Deportes y (5) Platino.²⁰⁵

Por otro lado, Megacable produce y programa la señal de televisión restringida conocida como Video Rola que ofrece contenido musical, la cual es comercializada a través de PCTV. Asimismo, Megacable produce MegaCanal que

²⁰⁵ No se incluyen las señales delay o HD.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

incluye, principalmente, programación noticiosa para consumo interno de la red de Megacable.²⁰⁶

IV.1.1. Mercado relevante

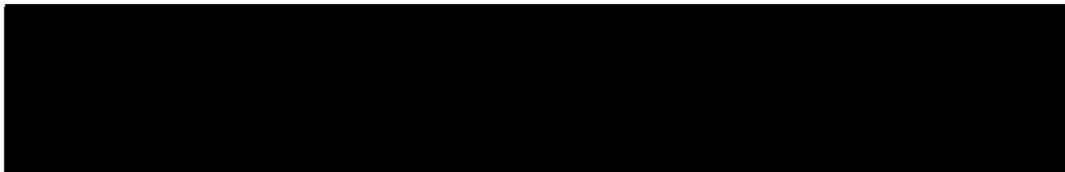
De conformidad con las fracciones I a V del artículo 58 de la Ley Federal de Competencia Económica, para la determinación del mercado relevante se debe tomar en consideración, de forma general, los elementos que permitan determinar la posibilidad de sustitución del bien o servicio correspondiente, sus costos y el tiempo requerido, y restricciones normativas en cualquier nivel de gobierno que limiten lo anterior. Asimismo, hay que atender a lo establecido en el artículo 5 de las Disposiciones Regulatorias, que ordena analizar las circunstancias particulares del caso concreto, identificando el bien o servicio de que se trate, y delimitando un área geográfica en que se ofrezcan o demanden los bienes o servicios, así como la posibilidad de acudir a distintos proveedores o clientes sin generar costos significativos.

Al respecto, a continuación se analizan las particularidades del caso concreto, esto es, del servicio de producción y agregación de contenidos y las circunstancias relativas a la delimitación del área geográfica, como sigue:

Descripción del servicio

Como se mencionó en la sección III de Cadena de Valor, la producción de contenidos consiste en la generación de imágenes en movimiento, acompañadas o no de sonido que pueden ser transmitidas y difundidas a los usuarios finales. Por su parte, la programación involucra la organización de los contenidos, propios o adquiridos a terceros, en una secuencia continua con inserciones publicitarias durante el periodo que se transmita la señal, para cada día de transmisión.

Los oferentes de estos servicios son los productores y/o programadores de contenidos, quienes, generalmente, son empresas verticalmente integradas. A nivel nacional e internacional, se identifican varias empresas que son productoras y programadoras de contenidos a la vez. A nivel nacional, PCTV reconoce que participa en estas dos etapas en los siguientes términos:²⁰⁷



²⁰⁶

²⁰⁷ Estas actividades son desarrolladas por las empresas PCTV y sus dos subsidiarias

Foja 5099.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Otras empresas que llevan a cabo ambas actividades a nivel nacional son GTV y TV Azteca. En tanto, en el ámbito internacional, se identifican como proveedoras integradas de dichas actividades a Discovery,²⁰⁹ Time Warner,²¹⁰ y 21st Century Fox.²¹¹ Por tanto, se considera que las actividades de producción y programación se llevan a cabo de manera conjunta por los agentes económicos que participan en el mercado.

Derivado de lo anterior se identifica como el servicio a analizar la producción y programación de contenidos audiovisuales. Este servicio es demandado por las empresas concesionarias que ofrecen el STAR.

Los concesionarios del STAR, generalmente, clasifican las señales audiovisuales dentro de sus paquetes en ocho categorías, de acuerdo con el tipo de contenido programático que ofrecen. Estas categorías son: (1) entretenimiento, (2) música, (3) películas, (4) infantil, (5) deportes, (6) cultura, (7) noticias / internacionales y (8) radiodifundida.²¹² La siguiente tabla muestra cómo se distribuyen las señales o canales según las distintas categorías.

(Espacio en blanco)

²⁰⁸ Foja 5098.

²⁰⁹ Informe Anual de Conformidad con el artículo 13 o 15(d) de la Ley de la Bolsa de Valores de 1934. Discovery Communications Inc. Fojas 31060-31063.

²¹⁰ Informe Anual 2013. Time Warner Inc. Fojas 31000-31006.

²¹¹ Informe Anual de Conformidad con el artículo 13 o 15 (d) de la Ley de Bolsa de Valores de 1934. Para el año fiscal terminado el 30 de junio de 2104. Twenty-First Century Fox, Inc. Fojas 31027-31036.

²¹² Estas categorías son utilizadas por diversos concesionarios del STAR, para clasificar sus canales, tal es el caso de los operadores: Megacable, Maxcom, Cablemás, Telecable y Axtel. Asimismo, PCTV utiliza esta clasificación para los canales que produce y comercializa. Por su parte, la extinta Comisión Federal de Competencia definió estas categorías como mercados distintos en el caso de la práctica monopólica de PCTV, a la que se refiere la Resolución DE-001-2006-I y acumulados. Fojas 29519-29545; 13908; 29779; 23593 y 19598-21305.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Tabla 5. Número de señales del STAR por categoría

ENTRETENIMIENTO (75)	A&E	Azteca Novelas	Distrrito Comedia	Hola TV HD	Space HD	TVC
	A&E HD	BBC Entertainment	El Entertainment	Infinito	Syfy	TVC Delay
	Sony SpIn	BBC HD	Efektu TV	I-SAT	TBS Very Funny	TVE
	Antena 3	Casa Club	EL Gourmet	KW	Telemundo	Unicable
	Afros Series HD	Cine click	EL Gourmet HD	Lifetime	TL Novelas	Unicable HD
	AXN	CMC	FOX	Mundo Fox	TNT Series	Universal
	AXN HD	CMi Pure	Fox HD	Mundo Fox HD	TNT Series HD	Universal HD
	AZ Click	Comedy Central	Fox Life	Pasiones HD	TruTV	Vibra TV
	AZ Click HD	Warner	FX	Reallly TV	TruTV HD	Comedy Central HD
	AZ Corazon	Cosmopolitan	FX HD	Sony	TV Galicia	Worner HD
AZ Corazon HD	Home & Health	Giltz*	Sony HD	TV Gulde	WOBI TV	
AZMundo	Home & Health HD	Hola TV	Space	TV5 Monde	WOBI TV HD	
AZMundo HD	Discovery ID HD	ID				
PELÍCULAS (71)	AMC (MGM)	FOX 1 HD	FOX Movies	HBO 2 HD	MAX Prime Este	Studio Universal HD
	AMC HD	FOX 1 Oeste	FOX Movies HD	HBO Family	The Film Zone	HBO Plus Este HD
	Cine Latino	FOX Action Este	Golden	HBO HD	MAX Prime Oeste	Sundance HD
	Cine Mexicano	FOX Action HD	Golden Edge	HBO Plus Este	TCM	Max Prime Oeste HD
	Cinecanal Oeste	FOX Action Oeste	Golden HD	Sundance	MAX Up	MAX Prime Este HD
	Cinecanal HD	FOX Cinema	Golden Multiplex	HBO Plus Oeste	MAX Up HD	The Film Zone HD
	Cinecanal+ HD	FOX Classics	Golden Premier HD	HBO Plus HD	Multicinema	TNT
	De Pelicula	FOX Comedy	TNT	HBO Signature	Multipremier	Golden Premier(-2)HD
	De Pelicula HD	FOX Comedy HD	Golden Premier	TVC Platino	Paramount	HBO Signature HD
	X Time	FOX Family Este	Golden Premier (-2)	MAX Este	Paramount HD	TVC Platino 2
Europa Europa	FOX Family HD	HBO Oeste	MAX Oeste	Paramount HD	De Pelicula Multiplex	
FOX 1 Este	FOX Family Oeste	HBO 2	MAX HD	Studio Universal		
RADIODIFUNDIRA (33)	52MX	Azteca 7	Canal del Congreso	Milenio	Proyecto 40	XEWTV Canal 2 (-1)
	Azteca 13	Azteca 7 HD	Foro TV	Milenio HD	Proyecto 40 HD	XEWTV Canal 2 (-2)
	Azteca 13 Delay -1	Cadena 3	Foro TV HD	Multimedios	Ingenio TV	XEWTV Canal 2 (-2)HD
	Azteca 13 Delay -2	Canal 5	Gala TV	Multimedios HD	XEWTV Canal 2	XEWTV Canal 2 HD
	Azteca 13 HD	Canal 5 HD	Gala TV HD	Canal 11	Canal 22	Proyecto 40 HD (-2)
TV UNAM	Una voz con todos		Canal Judicial			
DEPORTES (31)	AYM Sports	ESPN 2 HD	Fox Sports 2	Golf Channel	Planet X	Trace Sports HD
	Cable Sports	ESPN 3	Fox Sports 2 HD	NBA TV HD	Planet X HD	TVC Deportes
	Canal F1	ESPN 3 HD	Fox Sports 3	NFL Network	TDN	UFC HD
	Claro Sports	ESPN HD	Fox Sports 3 HD	NFL Network HD	TDN HD	UFC Network
	ESPN	Fox Sports	Fox Sports HD	Outdoor HD	Trace Sports	Univisión TDN
ESPN 2						
CULTURA (30)	Animal Planet	Discovery HD	El sembrador	History	Nat Geo Wild	Sunchannel HD
	Animal Planet HD	The Film & Arts	Enlace TV	History HD	Nat Geo Wild HD	The Film & Arts HD
	Aprende TV	Discovery Science	Eurochannel	María Visión	Nat Geo	Discovery Theater HD
	Biographic	TLC HD	EWTV	Mexico Travel	TLC I	Discovery Civilization
Discovery	Discovery Turbo	H2	Nat Geo HD	Sunchanne	World Discovery HD	
NOTICIAS (25)	Atrirang TV	CNN	Dar TV	Bloomberg TV	Fox News HD	RAT Italia
	Az Noticias	CNN Doméstico	Dar TV HD	Euronews	Headline News	R7VE
	Az Noticias HD	CNN HD	DW Amerika	Excelsior TV	HLN	Telefe Argentina
	BBC World News	CNNI	DW Latinoamérica	Fox News	NHK	Telefórmula
CCTV China						
MÚSICA (18)	AZ Mix	MTV	MTV Jams	Telehit	Un Music	VH1 HD
	Bondamax	MTV HD	Much Music	Telehit HD	VH1	VH1 Mega Hits
	HTV	MTV Hits	Ritmoson	Teleritmo	VH1 Classics	Videorola
INFANTIL (17)	Baby First TV	Cartoon Network	Discovery Kids HD	Disney Junior	Nick HD	Tin
	BabyTV	Cbeebies	Disney Channel	Disney XD	Nick Jr	Tooncast
	Boomerang	Discovery Kids	Disney Channel HD	Nick	Nicktoons	

Nota:

1/ La categoría radiodifundida incluye los canales públicos: Canal del Congreso, Canal Judicial, Ingenio TV, Canal 11, Canal 22, TV UNAM, Una voz con todos.

2/ La señal de Milenio se transmite en el canal 12.2, en el estado de Nuevo León, mediante una concesión otorgada a Televisión Digital, S.A. de C.V. (nombre comercial Multimedios, S.A. de C.V.), para prestar el servicio de televisión radiodifundida. Lo anterior, de conformidad con Registro Público de Concesiones <http://rpc.ift.org.mx/rpc/>, al cual se puede acceder buscando por nombre comercial "Multimedios" y accediendo al folio electrónico FER042332CO-105349, que corresponde al concesionario Televisión Digital, S.A. de C.V.

Fuente: Elaboración propia con datos aportados por los concesionarios del STAR y de PCTV. Folios 14679-14775, 2418-2419, 20783 y folios incluidas en el Anexo IX. Índice de folios de adquisición de canales de los concesionarios.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Los concesionarios del STAR demandan señales de las distintas categorías, debido a que sus suscriptores poseen preferencias heterogéneas y valoran la disponibilidad de contenidos programáticos diversos dentro de los paquetes que adquieren. En este sentido, las distintas categorías de señales se pueden considerar complementarias, no sustitutas, entre sí.

En el caso de las señales de PCTV y Megacable, éstas se ubican en cuatro de las categorías antes mencionadas, a saber: entretenimiento (TVC),²¹³ música (Video Rola), películas (Cine Mexicano, Pánico y Platino) y deportes (TVC Deportes).²¹⁴ Nótese que en ninguna de estas categorías existe un traslape horizontal entre las señales de las partes.²¹⁵

Definición del servicio relevante

Derivado de lo anterior, para evaluar las consecuencias de la transacción, se determina una dimensión de producto o servicio estrecha, definida como la producción y programación de contenidos en las categorías de entretenimiento, música, películas y deportes, que son transmitidos a través de televisión restringida. Esta delimitación estrecha no ahonda en un análisis de posibles sustitutos de otros productos,²¹⁶ toda vez que como se analiza posteriormente, si los agentes involucrados en la transacción poseen participaciones de mercado poco significativas, éstas serían aún menores en un mercado más amplio.²¹⁷

Dimensión geográfica

Para la determinación de la dimensión geográfica de este mercado, se consideran las restricciones que enfrentan los demandantes, la posibilidad de que los oferentes puedan acudir al lugar en el cual se encuentra la demanda y aspectos normativos del caso.

Como se ha señalado anteriormente, los demandantes de los productos relevantes son los concesionarios del STAR, éstos suelen operar en distintas áreas geográficas del territorio nacional, y adquieren los productos relevantes en un número que les permita abastecerlos en las localidades donde operan. Por otro lado, los oferentes

²¹³ La señal TVC de PCTV se consideró dentro de la categoría de entretenimiento, debido a la descripción que presentó PCTV de la misma, así como de la clasificación que muestra Megacable en su página de Internet en relación con los canales que ofrece.

²¹⁴ Fojas 1559 y 19651.

²¹⁵ La señal de Megacable denominada MegaCanal no se consideró en el análisis, pues es sólo para consumo interno de la red de Megacable. Fojas 27553 y 27556.

²¹⁶ Tales como contenidos para televisión abierta e internet.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

(productores y programadores) pueden abastecer sus productos desde cualquier punto del territorio nacional o desde el extranjero.

No obstante lo anterior, los oferentes deben de satisfacer los criterios de la legislación nacional en materia de programación y contenidos previstos en el RSTAR, los cuales restringen la teleaudiencia que se encuentra disponible a un ámbito nacional. Por citar algunos ejemplos, estas disposiciones establecen que cuando menos el 80 por ciento de la programación total diaria que transmitan los concesionarios deberá ser en español.²¹⁸

Además, la programación deberá sujetarse a los criterios de clasificación que establezca la Secretaría de Gobernación, los cuales determinan los horarios en los que pueda ser transmitida.²¹⁹ Asimismo, se establece que la responsabilidad del contenido de la programación que se transmite en los canales de la red recae sobre los concesionarios nacionales. Los elementos anteriores imponen restricciones de carácter nacional sobre los contenidos producidos y programados para el STAR.

En conclusión, los mercados relevantes se definen por cuatro segmentos, a saber: la producción y programación de contenidos en las categorías de entretenimiento, música, películas y deportes, que son transmitidos a través de televisión restringida, a nivel nacional, para cada caso.

IV.1.2. Poder sustancial

Conforme a la fracción I del artículo 59 de la LFCE 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, deberá considerarse, entre otros 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 (en el caso particular el IFT) podrá tener en cuenta indicadores de ventas, número de clientes, capacidad productiva, así como cualquier otro factor que considere pertinente;"

²¹⁸ Se entenderá por programación en español la producida originalmente en español o aquella subtitulada o doblada a este idioma. Artículo 24 del RSTAR.

²¹⁹ Artículo 27 del RSTAR.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

En el mercado de producción y agregación de contenidos para el STAR, a nivel nacional, los principales participantes en las categorías de entretenimiento, música, películas y deporte, materia de la transacción, se presentan a continuación:

Tabla 6. Principales productores y programadores de contenidos para el STAR,
En las categorías de entretenimiento, música, películas y deporte

Productor/Programador	Señales	Nombre de la señal	Categoría
Time Warner	21	El Entertainment Glitz* Infinito I-SAT Space TBS Very Funny. TNT Series TruTV Warner	Entretenimiento
		HTV Much Music	Música
		Cinemax HBO HBO 2 HBO Family HBO Plus HBO Signature MAX Prime MAX Up TCM TNT	Películas
21st Century Fox	20	Fox Sports Fox Sports 2 Fox Sports 3	Deportes
		FOX Fox Life FX Mundo Fox	Entretenimiento
		SyFy Universal Channel Cinecanal Cinecanal+ FOX 1 FOX Action FOX Cinema FOX Classics FOX Comedy FOX Family FOX Movies Studio Universal The Film Zone	Película

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

GTV ²²⁰	14	TDN UFC Network Univisión TDN	Deportes
		Distrito Comedia Telemundo TL Novelas Unicable	Entretenimiento
		Bandamax Rítmason Telehit	Música
		De Película Golden Golden Edge Golden Premier	Películas
		CMT Pure Comedy Central	Entretenimiento
Viacom International Media Networks	9	MTV MTV Hits MTV Jams VH1 VH1 Classics VH1 Mega Hits	Música
		Paramount Channel	Películas
		Casa Club Cosmopolitan EL Gourmet Reality TV	Entretenimiento
		AMC (MGM) Europa Europa Sundance Channel	Películas
TV Azteca, S.A.B. de C.V.	5	AZ Click AZ Corazon AZMundo Azteca Novelas	Entretenimiento
		AZ Mix	Música
		Claro Sports	Deportes
MVS Multivisión Digital, S. DE R.L. DE C.V.	5	Cine Latino Multicinema Multipremier	Películas
		Un Music (Exa TV)	Música
		TVC Deportes	Deportes
PCTV	5	TVC	Entretenimiento
		Cine Mexicano Pánico Platino	Películas
		Megacable	Música
Megacable	1	Video Rola	Música

²²⁰ Por conducto de Televisa, S.A. de C.V.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

The Walt Disney Company (ESPN/Disney)	3	ESPN ESPN 2 ESPN 3	Deportes
Sony	3	Animax/Sony Spin AXN Sony	Entretenimiento
Discovery	2	Discovery Home & Health Investigation Discovery	Entretenimiento
A&E Networks y Sony	1	Lifetime	Entretenimiento

Nota:

La lista de productores y programadores mostrada no es exhaustiva, existen otros programadores que producen tres o menos señales.

Fuente: Elaboración propia con información proveniente de los concesionarios del STAR y de PCTV. Fojas 14679-14775, 2419, 2398, 2399 y fojas visibles en el Anexo IX. Índice de fojas de adquisición de canales de los concesionarios.

Para estimar la participación de mercado que obtiene Megacable luego de la transacción, se consideran todos los canales que pertenecen a las categorías materia de la transacción y que cuentan con información de rating²²¹ de hogares de IBOPE para 28 ciudades del país,²²² como indicador base para estimar la participación de mercado.

Con el fin de utilizar la información más reciente disponible, se utilizó el rating promedio interanual para el periodo que abarca de Septiembre del año 2013 a Agosto del año 2014.²²³ A partir de esta información se construyó un indicador de participación de mercado con base al rating mediante la siguiente fórmula:

$$\text{Participación de mercado por programador (rating)}_i = \frac{(\text{Total de rating})_{ij}}{(\text{Total de rating})_i} \quad (1)$$

Donde:

i: Categoría (entretenimiento, música, películas y deportes)

j: Programador

Es de señalar que el canal Video Rola, perteneciente a la categoría de música, [REDACTED] por lo que se asume que la participación de Megacable en esta categoría es marginal.

Los resultados de las participaciones de mercado que resultan del ejercicio se muestran en la Tabla 7, [REDACTED]

²²¹ Rating: Variable que mide la audiencia de un canal o evento, y representa el porcentaje de personas que ven un canal o evento tomando en cuenta tanto la cantidad de las mismas como su tiempo de permanencia. Cabe la aclaración que puede ser expresado en porcentaje o cantidad de personas u hogares, y está medido sobre el total del universo de estudio. Fuente: Nielsen IBOPE. Foja 84444 del Expediente AI/DC-001-2014.

²²² Se eligió el rating de hogares y no de personas, dado que los alcances de suscripción al STAR, se contabilizan de la misma manera, es decir, por hogares y no por personas, por parte de los oferentes.

²²³ [REDACTED] Foja 28153.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

_____ según las participaciones que adquirió
Megacable:

Tabla 7. Participaciones de mercado en la producción y programación de señales de películas, deportes, entretenimiento y música, transmitidas en el STAR

Productor/programador	Categoría: PELÍCULAS	Rating*	Participación por canal	Participación por programador (1)
GTV	DEPELICULA GOLDEN GOLDEN EDGE			
21st Century Fox	CINECANAL STUDIO UNIVERSAL THE FILM ZONE			
Time Warner	CINEMAX HBO PLUS HBO HBO 2 MAX TNT			
MVS	MULTICINEMA MULTIPREMIER CINELATINO			
AMC	AMC (MGM)			
PCTV	CINE MEXICANO PANICO PLATINO			
Total			100.00%	

Productor/programador	Categoría: DEPORTES	Rating*	Participación por canal	Participación por programador (1)
The Walt Disney Company	ESPN ESPN 2 ESPN 3			
21st Century Fox	FOX SPORT FOX SPORTS 2 FOX SPORTS 3			
GTV	TDN UTDN (TDN 2.0)			
PCTV	TVC DEPORTES			
Total			100.00%	

(Espacio en blanco)

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Productor/programador	Categoría: ENTRETENIMIENTO	Rating	Participación por canal	Participación por programador (1)
GTV	DISTRITO COMEDIA TELEMUNDO TL NOVELAS UNICABLE			
21st Century Fox	FOX FOX LIFE FX MUNDO FOX SyFy UNIVERSAL CHANNEL			
Time Warner	EI ENTERTAINMENT INFINITO SPACE TBS VERYFUNNY WARNER			
Discovery	DISCOVERY HOME & HEALTH ID			
Sony	AXN SONY SONY SPIN (ANIMAX)			
A&E Networks	A&E MUNDO			
Viacom	COMEDY CENTRAL			
AMC Networks	CASA CLUB COSMOPOLITAN EL GOURMET			
Lions Gate Television, Inc.	TV GUIDE			
TVE	TVE			
BBC	BBC ENTERTAINMENT			
PCTV	TVC			
Total			100.00%	

Productor/programador	Categoría: MÚSICA	Rating	Participación por canal	Participación por programador (1)
GTV	BANDAMAX RITMOSON TELEHIT			
Viacom	VH1 MTV			
MVS	EXA (UN MUSIC)			
PCTV (Megacable)	VIDEO ROLA**			
Total			100.00%	

Notas:

* Cifras redondeadas.

** La señal de Video Rola

Fuente: Elaboración propia con información de IBOPE 2013 - 2014. Fojas 14679-14775, 2418-2419, 20783, 31092 y fojas incluidas en el Anexo IX. Índice de fojas de adquisición de canales de los concesionarios.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

De la Tabla 7, se desprende que las participaciones que adquirió Megacable con la transacción oscilan entre [REDACTED] y [REDACTED] dependiendo de la categoría, por lo que se concluye que la participación de mercado, en términos de audiencia, es muy baja en todas las categorías estudiadas, [REDACTED]

[REDACTED] Lo anterior, indica que Megacable, derivado de la transacción, obtiene una participación que no daña la competencia y libre concurrencia.

Asimismo, es posible analizar un escenario más adverso si se calculan las participaciones de mercado tomando en cuenta un número menor de señales por categoría. Esto es, la participación que obtendría Megacable en dos paquetes básicos estándar que contienen las señales de los canales materia del caso.²²⁴ El cálculo y los resultados de este ejercicio se muestran en el Anexo VII., denominado "Participaciones de mercado obtenidas por Megacable después de la concentración en los paquetes básicos de dos localidades". La principal conclusión es que Megacable obtiene una participación de mercado poco significativa al adquirir las señales de PCTV, independientemente del paquete analizado, pues acumula una participación que se ubica entre [REDACTED] y [REDACTED] en las categorías de películas deportes y entretenimiento. Con esto se reafirma la situación de que Megacable obtiene una participación de mercado pequeña tras la operación.

Por otro lado, los Índices de Herfindahl y Dominancia no se calcularon, debido a que no existe un traslape horizontal entre las señales de Megacable y PCTV para ninguna categoría. En este sentido, la transacción únicamente representa una sustitución de agentes económicos, que no altera la estructura de los mercados.

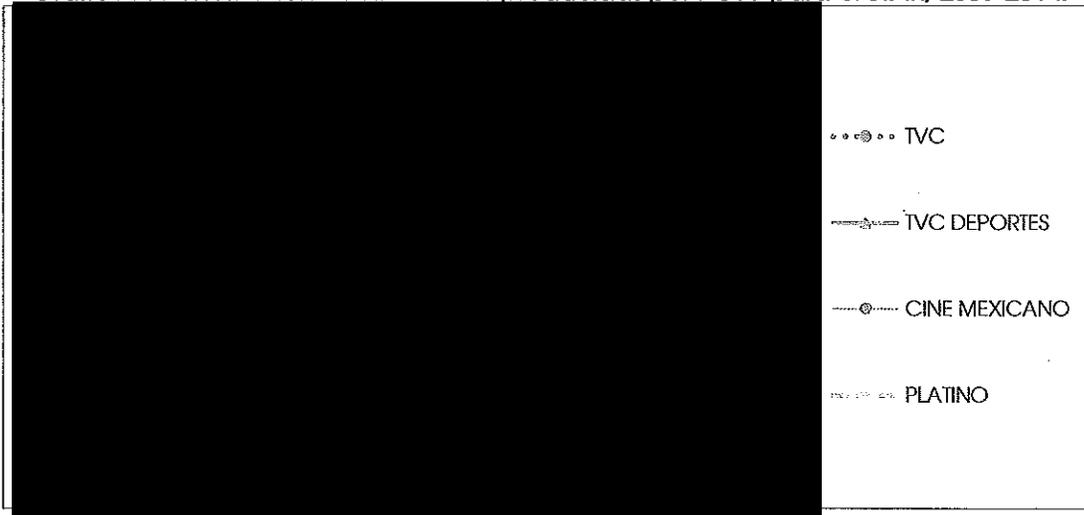
A continuación se muestra la evolución de la penetración de las cuatro principales señales de PCTV, en el periodo que abarca del año 2009 al año 2014. Estas señales son, [REDACTED] TVC [REDACTED] suscriptores), TVC Deportes [REDACTED], Cine Mexicano [REDACTED] y Platino [REDACTED]

(Espacio en blanco)

²²⁴ Para efectos del ejercicio, se analizaron dos paquetes básicos estándar que corresponden a los ofrecidos por Megacable en la localidad de [REDACTED] y el segundo, provisto por Cablevisión Red (Grupo Hevi) en la localidad de [REDACTED]

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Gráfico 2. Penetración de las señales producidas por PCTV para el STAR, 2009-2014.



Nota:

Fuente: Información proporcionada por PCTV. Fojas 14844-14845.

Del Gráfico 2 se desprende que el alcance de las señales de PCTV dentro del STAR, se ha reducido [REDACTED]. Ello se debe, no sólo a una reducción en el número de suscriptores que reciben las señales producidas por PCTV, sino también a un incremento en la base total de suscriptores del STAR [REDACTED].

Adicionalmente, en congruencia con lo señalado por el artículo 59, fracción III, de la LFCE, el cual considera la existencia y poder de los competidores para determinar la existencia de poder sustancial en los mercados relevantes, se advierte que en las cuatro categorías analizadas existen otros competidores mejor posicionados que Megacable y PCTV. Destacan, especialmente, [REDACTED] quienes cuentan con canales con mayores niveles de audiencia en dichas categorías. Otros competidores relevantes son [REDACTED].

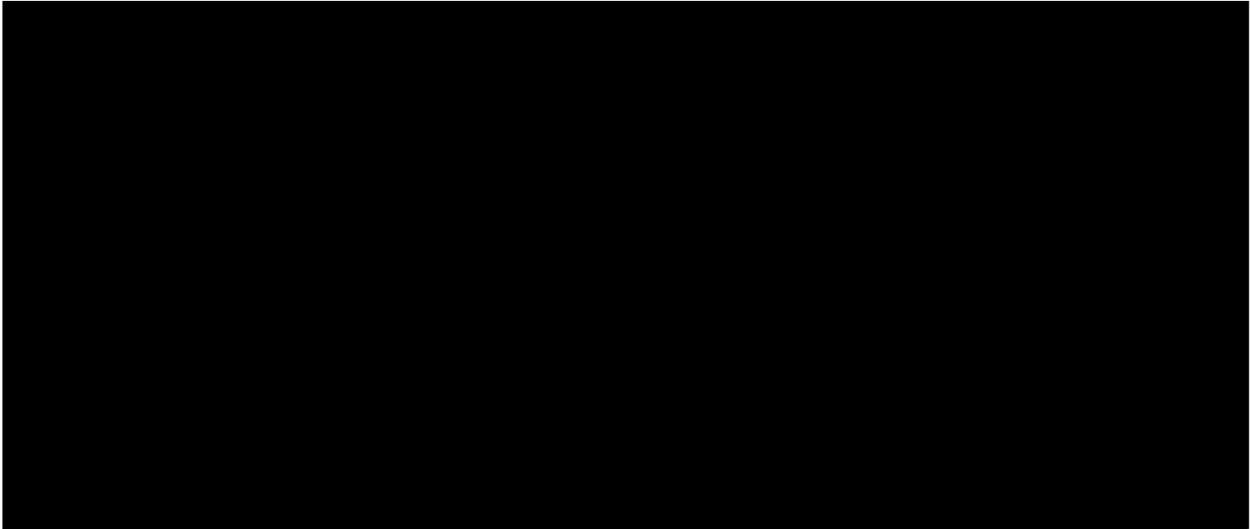
Asimismo, se analizó el posicionamiento de los programas de mayor audiencia transmitidos en las señales de PCTV, en relación con los de otros programadores, para cada una de las categorías en las que participan PCTV y Megacable. Esta comparación se presenta en el siguiente gráfico.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Gráfico 3. Programas de mayor rating, por categoría, transmitidos en el STAR 2014.

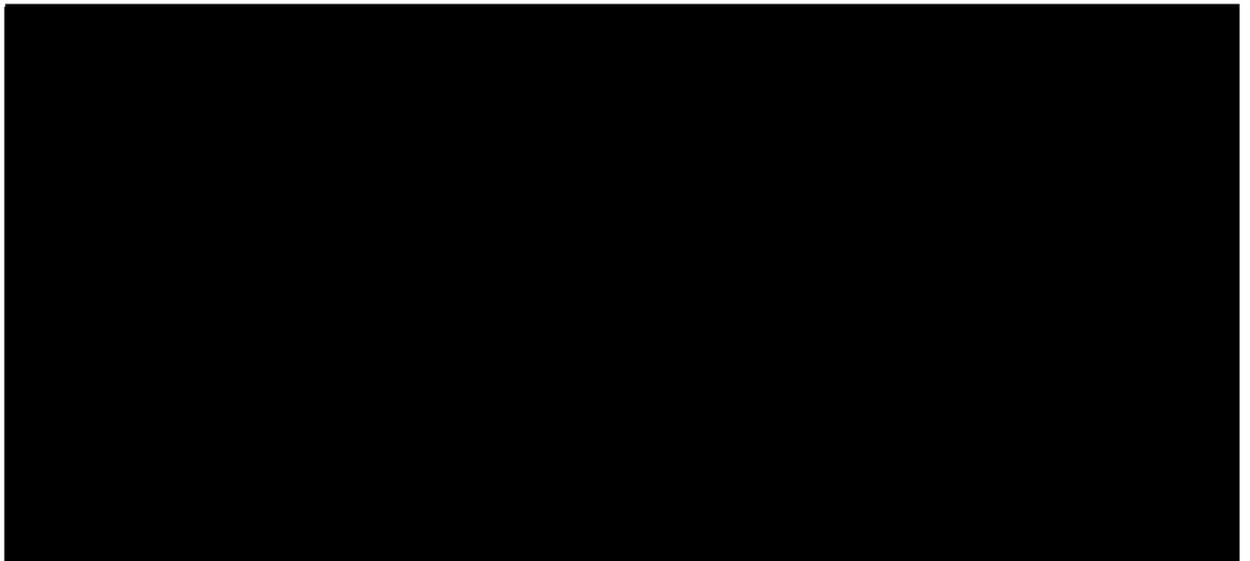
Películas

Música



Entretenimiento

Deportes



Notas:

- 1/ No se cuenta con información de los programas del canal [REDACTED]
- 2/ Se incluyen los canales para los cuales [REDACTED]
- 3/ Se incluyen hasta 10 de los programas más exitosos durante 2014, de acuerdo a la información disponible para cada canal.
- 4/ [REDACTED]

Fuente: IBOPE visible en foja 31092.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Del Gráfico 3 se desprende que los programas más exitosos o de mayor rating transmitidos a través de los canales de PCTV son superados por los transmitidos en otros canales. En la categoría de películas destacan los programas transmitidos a través de los canales de [REDACTED]. En entretenimiento sobresalen los programas de [REDACTED]. En la categoría música, también sobresalen los programas producidos y/o programados en los canales de [REDACTED]. En deportes los mejores programas transmitidos por TVC Deportes se ven superados por los canales principales de [REDACTED].

Lo anterior reafirma que las señales adquiridas por Megacable como resultado de la transacción, no tienen un posicionamiento importante en términos de audiencia en las categorías de películas, entretenimiento y deportes. Además en la categoría de música, [REDACTED].

Toda vez que la transacción implicó que Megacable participe por primera vez en los mercados de producción y agregación de contenidos en las categorías de películas, entretenimiento y deportes; y que acumule una participación reducida en dichos mercados, se estima que no adquiere poder sustancial. Ello en virtud de que con participaciones de mercado pequeñas (entre [REDACTED]), Megacable no tendría la capacidad ni los incentivos para fijar precios o restringir el abasto en sus mercados correspondientes, dado que existen otros agentes económicos (incluso con participaciones de mercado mayores) que podrían contrarrestarlo. Si por ejemplo, Megacable incrementase el precio de uno de sus productos, los consumidores pueden adquirir los mismos con sus rivales, lo cual tendría el efecto de disminuir sus ventas y beneficios.

Lo anterior es congruente con lo señalado en la Resolución de 1998,²²⁵ respecto a los resultados que deben arrojar los índices de concentración (IH) y de dominancia (ID) para determinar que una concentración tiene pocas probabilidades de afectar el proceso de competencia y libre concurrencia. En particular con el resolutivo CUARTO, apartado 4.1., de dicha Resolución, el cual establece que el aumento en el IH debe ser menor a 75 puntos, condición que se cumple para los mercados

²²⁵ La Resolución de 1998, establece en el resolutivo CUARTO lo siguiente:

"CUARTO. La Comisión considerará que una concentración tiene pocas probabilidades de afectar el proceso de competencia y libre concurrencia cuando el resultado estimado de la concentración, arroja alguno de los siguientes resultados:

- 4.1. El aumento de H sea menor de 75 puntos;*
- 4.2. El valor de H sea menor de 2,000 puntos;*
- 4.3. Disminuya el valor de ID;*
- 4.4. El valor de ID sea menor de 2,500 puntos."*

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

previamente señalados, toda vez que las variaciones en el IH son cero, pues la transacción implica la sustitución de un agente económico por otro.

Por lo expuesto anteriormente, se concluye que Megacable no ha obtenido poder sustancial en los mercados relevantes estudiados. En este sentido, esta autoridad estima que resulta innecesario profundizar en el análisis de poder sustancial conforme a las demás fracciones del artículo 59 de la LFCE, pues dicho análisis no conduciría a un resultado distinto.

IV.2. Comercialización de publicidad para el servicio de televisión y audio restringidos.

Megacable, a través de la transacción, adquiere el control de la comercialización de espacios publicitarios (o tiempo de publicidad) dentro de las cinco señales producidas por PCTV (Cine Mexicano, Pánico, TVC, TVC Deportes y Platino),²²⁶ y dentro las señales que comercializa de terceros que le otorguen el derecho de hacerlo.²²⁷ Por su parte, Megacable también vende espacios publicitarios en los canales que produce (Video Rola y MegaCanal), así como en los canales de los programadores que le otorgan minutos por hora para la inserción de ésta.²²⁸

IV.2.1. Mercado relevante

De conformidad con las fracciones I a V del artículo 58 de la LFCE, para la determinación del mercado relevante se debe tomar en consideración, de forma general, los elementos que permitan determinar la posibilidad de sustitución del bien o servicio correspondiente, sus costos y el tiempo requerido, y restricciones normativas en cualquier nivel de gobierno que limiten lo anterior. Asimismo, hay que atender a lo establecido en el artículo 5 de las Disposiciones Regulatorias, que ordena analizar las circunstancias particulares del caso concreto, identificando el bien o servicio de que se trate, y delimitando un área geográfica en que se ofrezcan o demanden los bienes o servicios, así como la posibilidad de acudir a distintos proveedores o clientes sin generar costos significativos.

Al respecto, a continuación se analizan las particularidades del caso concreto, esto es, del servicio de comercialización de espacios publicitarios y las circunstancias relativas a la delimitación del área geográfica, como sigue:

²²⁶ No se incluyen las señales delay o HD.

²²⁷ [Redacted] Fojas 372-376 y 2004.

²²⁸ Informe Anual de Megacable de 2014. Fojas 22714-22813.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTEDescripción del servicio

A continuación se describe de manera general el papel de la publicidad, y posteriormente, se explica cómo se comercializan los espacios publicitarios en el STAR.

La Publicidad

La publicidad es la divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores o usuarios. En general, la publicidad busca informar a un público sobre un bien o servicio a través de medios de comunicación para motivar a las personas a realizar una acción de consumo. En este sentido, a través de la publicidad, las empresas buscan comunicar la conveniencia de adquirir los bienes o servicios ofrecidos en el mercado. De esta manera, la publicidad sirve como un conector entre proveedores de productos y servicios y consumidores potenciales.²²⁹

El objetivo de las campañas publicitarias es dar a conocer las características, beneficios y especificaciones de una marca, producto o servicio con la intención de.²³⁰

- Generar conocimiento y/o recordación de la marca y/o sus características.
- Construir consideración; es decir, que la audiencia la tenga como alternativa de compra.
- Contribuir a generar intención de compra.
- Generar fidelidad para retener consumidores que ya compran la marca, producto o servicio.

En la literatura económica existen tres visiones generales para abordar el tema de la publicidad:²³¹

- i. Los trabajos con un **enfoque persuasivo** de la publicidad, los cuales concluyen que la publicidad puede tener consecuencias anticompetitivas importantes. Lo anterior derivado de que el gasto en publicidad puede exhibir rendimientos crecientes a escala y puede crear lealtad a la marca, lo cual puede significar una barrera a la entrada para nuevos competidores.
- ii. El **enfoque informativo**, el cual considera a la publicidad como un medio por el cual se puede transmitir información a los consumidores. Desde esta

²²⁹ Expediente IFT/UC/DGIPM/PMR/0001/2013, página 109. Foja 27808.

²³⁰ Expediente IFT/UC/DGIPM/PMR/0001/2013, página 109. Foja 27821.

²³¹ Bagwell, K. (2007). The Economic Analysis of Advertising. En M. Armstrong, & R. H. Porter, Handbook of Industrial Organization Vol.3 (pg. 1703-1844). Amsterdam, Netherlands: North-Holland.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

perspectiva, la publicidad puede tener efectos pro competitivos, ya que puede reducir los costos de búsqueda de los consumidores.

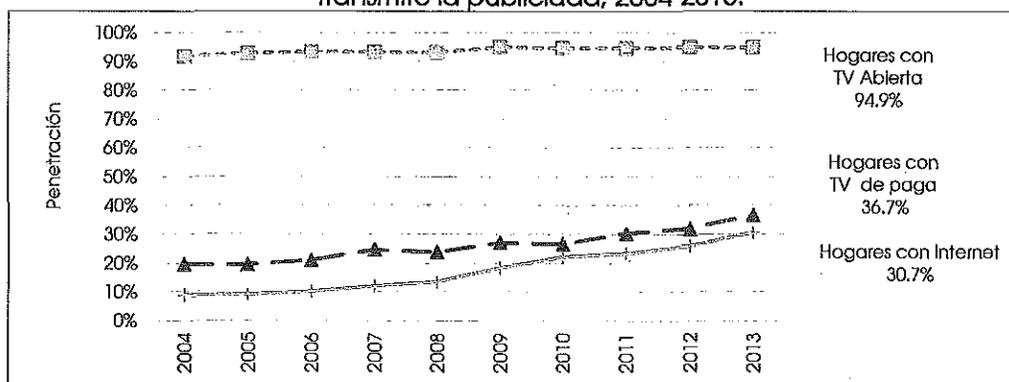
- iii. Por último, el **enfoque complementario**, en el cual la publicidad es un insumo que le puede otorgar cierta característica a un producto o servicio (por ejemplo, prestigio).

De esta manera, la publicidad puede ser procompetitiva, en el sentido de que actúa para redistribuir a los consumidores entre las marcas, y persuasiva, ya que puede cambiar los gustos y distorsionar las cantidades consumidas por los agentes económicos.

La difusión de la publicidad se lleva a cabo a través de diversos medios de comunicación, tales como la televisión abierta y restringida, la radio, internet, anuncios exteriores, periódicos, revistas, otros medios impresos, etc. Cada uno de ellos con diferentes características, en términos de alcance e impacto en los consumidores.²³²

La televisión abierta ha demostrado ser el medio con mayor alcance y efectividad para vender productos o servicios, pues su penetración alcanza 95%²³³ de los hogares.²³⁴ En el caso del STAR, a pesar de que su penetración ha crecido en los últimos años, sigue muy por debajo de la televisión abierta, ubicándose en 36.7% de los hogares,²³⁵ como se observa en el gráfico siguiente.

Gráfico 4. Penetración de diversos medios de comunicación a través de los que se transmite la publicidad, 2004-2013.



Fuente: Elaboración propia con datos del Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, 2013. Foja 83070 del expediente DC-001-2014.

²³² Expediente IFT/UC/DGIPM/PMR/0001/2013, página 109. Foja 27808.

²³³ Cifra al año 2013.

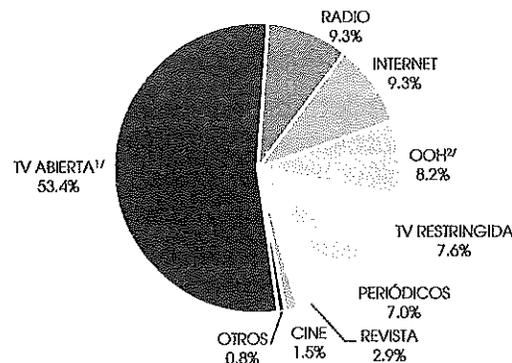
²³⁴ Expediente IFT/UC/DGIPM/PMR/0001/2013, página 113. Foja 27809.

²³⁵ Cifra al año 2013.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

En términos monetarios, la televisión abierta es el medio más importante mediante el cual se transmite la publicidad, ya que representa más de la mitad de la inversión total (53.4%), mientras la publicidad a través del STAR tiene una participación de tan sólo 7.6%.²³⁶

Gráfico 5. Inversión en publicidad por medio de transmisión.



Notas:

1/ Las cifras corresponden al año 2012. La inversión total en publicidad para ese año ascendió a \$69,021 millones de pesos.

2/ OOH indica publicidad en la calle (o en sus siglas en inglés *Out of Home Advertising*).

Fuente: Elaboración propia con información obtenida de la Confederación de la Industria de la Comunicación (CICOM). Fojas 29470-29472.

En lo que respecta a la comercialización de espacios publicitarios en medios televisivos, la LFTyR en su Artículo 240 establece que los concesionarios que presten el servicio de radiodifusión o de televisión y audio restringidos, tendrán el derecho de comercializar espacios dentro de su programación de conformidad con lo establecido en la LFTyR y demás normatividad que resulte aplicable.

Al considerar los minutos permitidos por la LFTyR para la transmisión de publicidad comercial, se tiene que en el caso de la televisión radiodifundida comercial, la publicidad no puede superar 18% del total de programación de cada canal (equivalente a 10.8 minutos por hora, aproximadamente),²³⁷ pudiéndose extender en dos o cinco puntos porcentuales, dependiendo de la proporción de contenido

²³⁶ El total de inversión publicitaria en México en 2012 fue de 69,021 millones de pesos. Fuente: Elaboración propia con información obtenida de la Confederación de la Industria de la Comunicación (CICOM). Fojas 29470-29472.

²³⁷ Conforme al artículo 237, fracción I, inciso a) de la LFTyR:

"Los concesionarios que presten el servicio de radiodifusión o de televisión y audio restringidos, así como los programadores y operadores de señales, deberán mantener un equilibrio entre la publicidad y el conjunto de programación transmitida por día, para lo cual se seguirán las siguientes reglas:

I. Para los concesionarios de uso comercial de radiodifusión:

a) En estaciones de televisión, el tiempo destinado a publicidad comercial no excederá del dieciocho por ciento del tiempo total de transmisión por cada canal de programación..."

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

que incluya en su programación de producciones nacionales o nacionales independientes.²³⁸ Por su parte, los concesionarios que proveen el STAR pueden incluir hasta seis minutos de publicidad por cada hora de transmisión.²³⁹

De esta manera, la publicidad transmitida a través del STAR tiene menor penetración, genera menores ingresos y dispone de menos minutos en comparación con la televisión radiodifundida.

Comercialización de espacios publicitarios en el STAR

El STAR puede configurar un mercado de dos lados, donde existen dos grupos de clientes: los televidentes (los suscriptores del STAR) y los anunciantes (quienes demandan espacios publicitarios dentro de las señales transmitidas).²⁴⁰ Las demandas de estos dos tipos de clientes son interdependientes, ya que el valor que los anunciantes obtienen de los espacios publicitarios, se incrementa conforme aumenta el número de televidentes (nivel de audiencia), pues así logran transmitir su información publicitaria a un mayor número de compradores potenciales de sus productos o servicios.

En la Figura 2 se ilustra el mercado de la publicidad en el STAR. Los demandantes de espacios publicitarios son agentes económicos que desean divulgar anuncios (principalmente de carácter comercial). Estos agentes económicos pueden acudir a los programadores, a los comercializadores y/o a los concesionarios que proveen el STAR, para contratar los espacios publicitarios a ser transmitidos en los canales de televisión restringida, y así poder llevar sus mensajes publicitarios a los televidentes.

²³⁸ Conforme a los artículos 247 y 248 de la LFTyR.

²³⁹ La LFTyR, en su artículo 237, fracción II, establece lo siguiente respecto a los concesionarios de televisión y audio restringidos:

"II. Para concesionarios de televisión y audio restringidos:

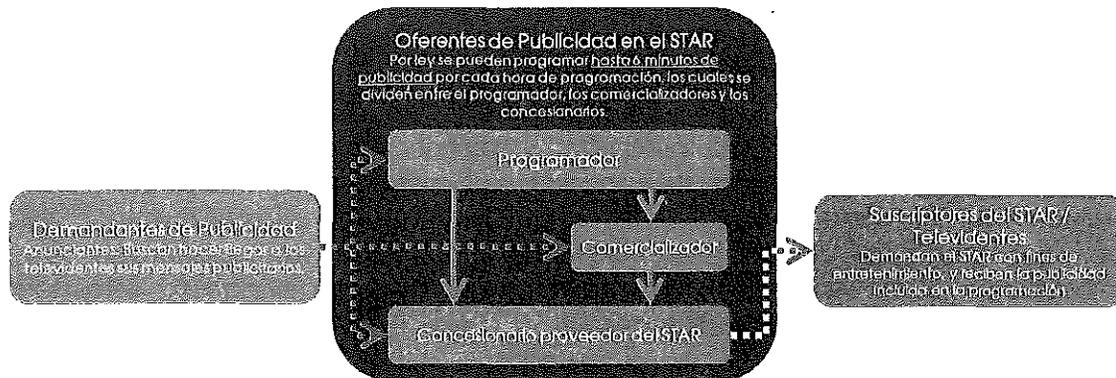
a) Podrán transmitir, diariamente y por canal, hasta seis minutos de publicidad en cada hora de transmisión. Para efectos del cálculo correspondiente, no se considerará la publicidad contenida en las señales de radiodifusión que sean retransmitidas ni los promocionales propios de los canales de programación, y

b) Los canales dedicados exclusivamente a programación de oferta de productos, estarán exceptuados del límite señalado en el inciso anterior..." (énfasis añadido).

²⁴⁰ Los concesionarios del STAR obtienen sus ingresos, principalmente, del pago por suscripciones [redacted] y en menor medida de la venta de espacios publicitarios. A continuación, se presentan los ingresos por publicidad como porcentaje de los ingresos que reciben por suscripciones algunos de los principales concesionarios del STAR, durante los primeros ocho meses del año 2014: SKY reportó [redacted] Cablevisión [redacted] Cablecom [redacted] Cablemás [redacted] TV DISH [redacted] Megacable [redacted] y Cablevisión Red [redacted]. Incluso algunos concesionarios reportaron [redacted] tal es el caso de Total Play, Maxcom, Axtel, Ultravisión, Gigacable, Cable Moratillo, Cable Mejor y Cable Sur. Fuente: Elaboración propia con base en información de los agentes económicos visible a fojas: Facturación: 41656-41658; 46762-46783; 47128-47138; 55064-55083; 50768-53227; 27530-27625; 43345; 71998-72014; 73588; 80267;80285; 70121-70122; 69896; 68818; 73037-73038; 86547-86549; 34414-34415; 34438; 54174-54709; 22133-22216; 86517-86518; 73705-73709; 61466; y 37843-37849 del expediente DC-001-2014. Ingresos por publicidad: 8227; 31282; 41751-41752; 62028-62029; 84509-84510; 34333-34334; 27805-27807; 73709; 22602-22606; 61466; 21495; 16652-16654; 80663-80664; 72045; 84251; 80277; 70150; 69900 y 68829 del expediente DC-001-2014.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Figura 2. Mercado de la publicidad en el STAR.



Fuente: Elaboración propia con Información de PCTV (Foja 386-389 y 2004), Información de GTV (Fojas 2400-2401 y 2419), así como del Anexo VI. Índice de fojas de los contratos entre programadores y/o comercializadores de señales y los concesionarios del STAR.

En el STAR, los espacios publicitarios²⁴¹ que se comercializan tienen una duración de entre diez segundos y dos minutos. De acuerdo con la información aportada por los agentes económicos, el espacio de [REDACTED] constituye la forma más estándar de comercialización de publicidad.²⁴²

Los espacios publicitarios se consideran productos heterogéneos que se diferencian por factores tales como:²⁴³

- El canal por el cual se transmite la publicidad
- El nivel de audiencia (rating) del canal
- El día de la semana y horario (AAA, AA, A, B)²⁴⁴ en el que se transmite
- La cobertura y alcance de la publicidad: local o nacional
- La duración
- Si se trata de un programa o evento especial.

Por lo general, la valoración del espacio publicitario es mayor conforme mayor sea el rating del canal en el que se transmite, el nivel de cobertura y su duración.

²⁴¹ También denominados en la jerga comercial como "spots".

²⁴² Fuente: Información proporcionada por los agentes económicos, fojas de acuerdo con el Anexo VIII. Índice de fojas de políticas, tiempos disponibles y tarifas de espacios publicitarios en el STAR.

²⁴³ Fuente: Información proporcionada por los agentes económicos, fojas de acuerdo con el Anexo VIII. Índice de fojas de políticas, tiempos disponibles y tarifas de espacios publicitarios en el STAR.

²⁴⁴ El horario AAA cubre de las seis de la tarde hasta las doce de la noche; el horario AA va de la una a las seis de la tarde; el horario A va de las siete de la mañana a una de la tarde; y el horario B abarca de las doce de la noche hasta la seis de la mañana. Se considera que el horario AAA es el de mayor audiencia y el B el de menor audiencia. Fuente: Información proporcionada por los agentes económicos, fojas de acuerdo con el Anexo VIII. Índice de fojas de políticas, tiempos disponibles y tarifas de espacios publicitarios en el STAR.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Asimismo, son más valorados los espacios publicitarios transmitidos en el horario estelar (AAA) o en eventos especiales.

Definición del servicio relevante

Derivado de lo anterior, para evaluar las consecuencias de la transacción, se determina una dimensión de producto o servicio estrecha, definida como la comercialización de espacios publicitarios a través del STAR. Esta delimitación estrecha no ahonda en un análisis de posibles sustitutos de otros productos,²⁴⁵ toda vez que como se analiza posteriormente, si los agentes involucrados en la transacción poseen participaciones de mercado poco significativas, éstas serían aun menores en un mercado más amplio.

Dimensión geográfica

En relación con la dimensión geográfica, se identificaron dos dimensiones para la comercialización de espacios publicitarios en el STAR, local y nacional. En el caso del programador, dicha comercialización se puede realizar únicamente a nivel nacional, debido a que se emite una sola señal vía satélite a todo el territorio. Por su parte, el comercializador y el concesionario del STAR, pueden comercializar espacios publicitarios tanto locales como nacionales. En particular, los concesionarios del STAR que prestan el servicio vía satélite (SKY y DISH) únicamente comercializan publicidad nacional,²⁴⁶ mientras los concesionarios de redes cableadas y de microondas pueden insertar publicidad diferente en las distintas localidades donde prestan el STAR, por lo que es posible que comercialicen publicidad de los dos tipos.

En lo que respecta a las empresas involucradas en la transacción,

²⁴⁵ Algunos posibles sustitutos de la comercialización de espacios publicitarios en el STAR son: los espacios publicitarios en la televisión radiodifundida (tanto de cobertura local como nacional), radio, medios impresos, Internet, entre otros.

²⁴⁶ En el caso de los dos agentes económicos que actualmente prestan el STAR en México vía satélite (SKY y DISH), su título de concesión les permite prestar el servicio en todo el territorio nacional. Además, por su tecnología satelital no pueden emitir señales distintas en diferentes regiones del país. Folio 63399 del expediente DC-001-2014



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

[REDACTED]

En cuanto a la comercialización de espacios publicitarios locales, es de señalar que éstos representan una baja proporción del total de minutos destinados a publicidad en el STAR (véase la siguiente sección), lo cual se refleja en un bajo volumen de ventas. Derivado de lo anterior, la mayoría de los concesionarios reportaron sus ventas de espacios publicitarios locales a nivel agregado. Más aún, de los que reportaron la información desagregada, se observó que existen dificultades para asignar los ingresos de la venta de espacios publicitarios locales entre las distintas localidades en las que se presta el servicio, debido a que la facturación de las ventas no necesariamente se lleva a cabo en la localidad donde se transmite la publicidad.²⁵¹ Por consiguiente, la información respecto a los ingresos por publicidad local no resulta consistente para el análisis. Por estas razones, la valoración de este mercado se llevó a cabo únicamente en el ámbito nacional.

Por consiguiente, los efectos de la transacción se evalúan en el mercado de comercialización de espacios publicitarios transmitidos a través del STAR, a nivel nacional.

IV.2.2. Poder sustancial

Conforme a la fracción I del artículo 59 de la LFCE, 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, deberá considerarse, entre otros 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 (en este caso, el Instituto) podrá tener en cuenta indicadores de ventas, número de clientes, capacidad productiva, así como cualquier otro factor que considere pertinente;" (énfasis añadido)

²⁴⁹ De acuerdo a los Estados financieros de PCTV 2014. Fojas 23881-23908.

²⁵⁰ Reporte Anual Megacable 2014. Foja 22811.

²⁵¹

[REDACTED] Fuente: Anexo V. Índice de fojas de suscriptores" y fojas 22645, 23632 y 23468.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Antes de calcular las participaciones en el mercado de comercialización de espacios publicitarios en el STAR, se explicará la forma en que se distribuyen los minutos disponibles para la venta de espacios publicitarios entre los distintos participantes del mercado (programadores, comercializadores y concesionarios del STAR).

De conformidad con lo establecido en el artículo 237, fracción II, inciso a) de la LFTyR, se pueden comercializar como máximo seis minutos por hora de programación dentro del STAR. Estos seis minutos se distribuyen entre los programadores, los comercializadores y los concesionarios del STAR.

La distribución de los minutos entre las partes depende del poder de negociación de cada una. En general, los programadores de canales de televisión tendrán un mayor poder de negociación entre mayor nivel de audiencia posea su señal. Por su parte, los concesionarios del STAR y los comercializadores tendrán mayor poder de negociación conforme mayor sea su base de suscriptores.

La Tabla 8 muestra los minutos otorgados, por canal, a algunos concesionarios que proveen el STAR a través de distintas tecnologías y con distinto número de suscriptores. Se observa que el total de minutos guarda relación con el número de suscriptores con los que cuenta cada concesionario.

Tabla 8. Minutos de publicidad por hora de programación otorgados a concesionarios del STAR.

Nota:

* Suscriptores a Agosto de 2014

Fuente: Elaboración propia con datos del Anexo VI. Índice de fojas de los contratos entre programadores y/o comercializadores de señales y los concesionarios del STAR y del Anexo V. Índice de fojas de suscriptores.

De la información proporcionada por los agentes económicos, se advierte que, generalmente, el programador se queda con la mayor cantidad de minutos de publicidad, seguido por el comercializador, y en última instancia el concesionario del STAR.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Tabla 9. Distribución de minutos disponibles, por hora de programación, para comercializar espacios publicitarios en el STAR.

Agente económico	Rango de minutos de publicidad
Programador	3 a 6 minutos
Comercializador	0 a 3 minutos
Concesionario	0 a 3 minutos

Nota.

Entre los concesionarios que reciben tres minutos de publicidad se encuentran:

Fuente: Elaboración propia con datos de los contratos celebrados entre PCTV y programadores (fojas 13908, 1635-1989, 14776-14807), e índice de fojas de los contratos entre programadores y/o comercializadores de señales y los concesionarios del STAR.

De lo anterior, se concluye que el tiempo de publicidad del cual disponen los concesionarios del STAR es reducido, siendo los programadores los que disponen de la mayor proporción del tiempo (de 3 a 6 minutos por hora de programación).²⁵²

Participaciones de mercado

Para estimar la participación de mercado que obtendría Megacable luego de la transacción, se realizaron dos ejercicios: el primero considera las participaciones en términos de minutos disponibles para comercializar publicidad en el STAR; el segundo estima las participaciones con base en los ingresos por concepto de comercialización de publicidad.

Participación de mercado en términos de tiempo para publicidad

Para calcular las participaciones del primer ejercicio, se considera que, como se señaló anteriormente, de acuerdo con la LFTyR, los minutos de publicidad por hora de programación que se pueden incluir en el STAR son máximo seis.

Del análisis de los contratos establecidos por PCTV con los programadores respecto a [REDACTED] señales del STAR, que integraban la oferta comercial de PCTV al mes de abril de 2015,²⁵³ se observa que la cantidad de minutos de publicidad que le otorgan los programadores a PCTV (por hora de programación) [REDACTED]

[REDACTED] En la Tabla 10, se muestra la cantidad de minutos de publicidad que le otorgan los programadores a PCTV.²⁵⁴

²⁵² Información obtenida de los contratos celebrados entre PCTV y los programadores. Fojas 13908, 1635-1989, 14776-14807, y Anexo VI de Índice de fojas de los contratos entre programadores y/o comercializadores de señales y los concesionarios del STAR.

²⁵³ Fojas 14679-14775.

²⁵⁴ Información obtenida de los contratos celebrados entre PCTV y los programadores. Fojas 13908, 1635-1989 y 14776-14807.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Tabla 10. Minutos de publicidad por hora de programación y señal,
cedidos por los programadores a PCTV.

SEÑALES	Número de señales (A)	Minutos publicidad para PCTV por canal (B)	Total de minutos de publicidad para PCTV (Ax B)
[Redacted content]			

Notas:

N.E.= No se especifica en el contrato los minutos de publicidad que puede comercializar.

Aprende TV es un canal público, por lo cual no puede comercializar publicidad.

Fuente: Información obtenida de los contratos celebrados entre PCTV y los programadores. Fojas 13908, 1635-1989, 14776-14807.

La Tabla 10 muestra que PCTV puede disponer de un total de [Redacted] minutos por cada hora programación en los [Redacted] canales que comercializa, para venta de espacios publicitarios nacionales. Al respecto, [Redacted]

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

255

256

No obstante lo anterior, es de señalar que en los contratos celebrados entre PCTV y los concesionarios afiliados,

257

Tomando en cuenta lo anterior, para el cálculo de las participaciones de mercado, en términos de minutos,²⁵⁸ se contemplaron dos escenarios. Un primer escenario en

y un segundo escenario, en el que

En la Figura 3 se muestran las participaciones en minutos de publicidad de los programadores, PCTV, y de aquellos concesionarios del STAR que adquieren las señales a través de PCTV.

(Espacio en blanco)

²⁵⁵ Fuente: Fojas 33077 y 63435-63437 del expediente DC-001-2014, e índice de fojas de los contratos entre programadores y/o comercializadores de señales y los concesionarios del STAR.

²⁵⁶

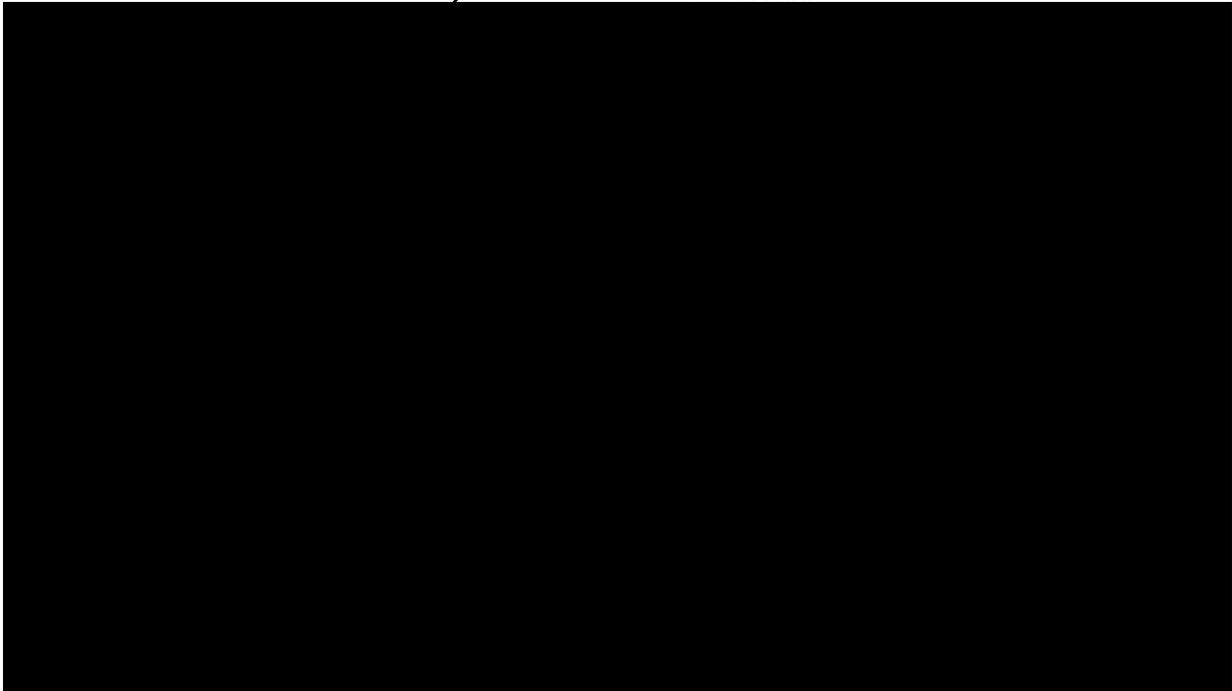
Fojas 33077 y 63435-63437 del Expediente AI/DC-001-2014.

²⁵⁷ Fuente: Anexo VI. Índice de fojas de los contratos entre programadores y/o comercializadores de señales y los concesionarios del STAR.

²⁵⁸ En este ejercicio el total de minutos disponibles para la comercialización de espacios publicitarios en el STAR es de minutos, los cuales son el resultado de multiplicar los canales () por seis, el cual es el número máximo de minutos por hora de programación que se permiten para transmitir publicidad de acuerdo al artículo 237 de LFTyR.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Figura 3. Distribución de minutos para publicidad entre los programadores,
PCTV y los concesionarios del STAR.



Nota:

Para el ejercicio se tomaron en cuenta [redacted] canales (en lugar de [redacted]), debido a que los contratos de los canales [redacted] no señalan los minutos de publicidad que puede comercializar [redacted]

Fuente: Información obtenida de los contratos celebrados entre PCTV y los programadores. Fojas 13908, 1635-1989, 14776-14807.

En el primer escenario, [redacted]

[redacted] De esta manera, tan solo considerando el número disponible de minutos de publicidad por hora de programación de los canales que comercializa PCTV, se advierte que su participación es [redacted]

Si se toma en cuenta que los concesionarios integran en su programación otros canales que no comercializa PCTV, las participaciones de esta última disminuirían

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

aún más (ubicándose entre [REDACTED]),²⁵⁹ Lo anterior, pone de manifiesto que PCTV dispone de una participación [REDACTED]

Más aun, las participaciones de PCTV antes presentadas estarían sobreestimadas, ya que se consideró un escenario donde las señales se venden de manera exclusiva, es decir, se asumió que sólo PCTV y sus concesionarios tienen el derecho de transmitir y comercializar publicidad en las señales. Sin embargo, en la realidad los programadores pueden otorgar minutos de publicidad a diversos concesionarios que adquieran sus señales (y no sólo a los que las compran a través de PCTV), por lo que los minutos de publicidad disponibles se incrementarían y la participación de PCTV sería aún más reducida.

Derivado de lo anterior, y sin estimar el número de minutos por hora que detentaría Megacable, se puede afirmar que la transacción le permitiría acumular una dotación de minutos pequeña para espacios publicitarios. Por tanto, se considera que la adquisición de PCTV, no otorga a Megacable poder sustancial en el mercado de comercialización de espacios publicitarios en el STAR, analizado en un ámbito geográfico nacional.

Participación de mercado por ingreso de publicidad

A continuación se presentan los resultados del segundo ejercicio, en el que se calculan las participaciones de mercado con base en el ingreso por comercialización de publicidad, a nivel nacional. Al respecto, se debe precisar que las participaciones de mercado que resultan de este ejercicio también están sobreestimadas, por las siguientes razones:

- No se obtuvo información respecto de los ingresos por concepto de comercialización de publicidad de los principales programadores de contenidos extranjeros, a saber [REDACTED] entre otros, quienes controlan la mayor proporción de minutos de publicidad disponibles.
- Solamente se consideran los ingresos por publicidad de los dos concesionarios DTH, que prestan servicios a nivel nacional. No se

²⁵⁹ De la información proporcionada por los agentes económicos, se calcula que existen hasta 253 canales de televisión diferentes que forman parte de la oferta comercial de los concesionarios que proveen el STAR (tomando en cuenta canales en HD, pero no los de televisión abierta, ni de horario diferido), de esta manera habría disponibles 1,518 minutos por hora de programación, de los cuales PCTV tendría entre [REDACTED] y [REDACTED] minutos, dependiendo del porcentaje que ceda a los concesionarios que compran sus señales, lo que le daría una participación de entre [REDACTED] y [REDACTED]. Fojas 14679-14775, 2419, 2398, 2399 y Anexo IX. Índice de fojas de adquisición de canales de los concesionarios.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

consideraron los ingresos de los sistemas de cable, ya que parte de los mismos corresponde a publicidad local.

- Se supone que la totalidad de los ingresos de Megacable y PCTV por concepto de comercialización publicidad corresponde a publicidad nacional, siendo que en la realidad una parte es local.

Dadas las consideraciones anteriores, seguidamente se muestran las participaciones de mercado estimadas, antes y después de la transacción.

Tabla 11. Ingresos por comercialización de espacios publicitarios en el STAR, por agente económico, antes y después de la concentración, 2014.

Antes			Después		
Operador	Ingresos por publicidad	%	Operador	Ingresos por publicidad	%

Nota:

[Redacted text]

Fuente: Elaboración propia con datos de Ingresos del Reporte Anual GTV 2014 (foja 23262), de desahogos de concesionarios (fojas 29929, 30021, 22582, 29765), y de los estados de resultados de PCTV (fojas 23881-23908 y 680-690).

De la Tabla 11 se observa que Megacable acumula una participación de [Redacted] en el mercado de comercialización de espacios publicitarios en el STAR como resultado de la transacción. Asimismo, se observa que [Redacted]

[Redacted] Cabe señalar que de la tabla anterior no se puede concluir que [Redacted] es el agente de mayor participación en el mercado, toda vez que no se cuenta con información desagregada del resto de programadores.

Más aún, al considerar algunas estimaciones del tamaño total del mercado de la publicidad en el STAR en México, las participaciones de Megacable y PCTV se reducen aún más. Por ejemplo, [Redacted]

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

[REDACTED]²⁶⁰ por su parte Datacheck, [REDACTED]
[REDACTED]²⁶¹

En la siguiente tabla, se muestra la participación que tendría Megacable después de la concentración considerando las estimaciones del tamaño del mercado de [REDACTED] y Datacheck.

Tabla 12. Participación de Megacable después de la concentración.
Cifras en millones de pesos. 2014.

Fuente	Valor del mercado de publicidad en el STAR	Ingresos por publicidad PCTV + MEGACABLE	Participaciones de Megacable
Datacheck	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Fuente: Elaboración propia con datos [REDACTED] (foja 31092) e información de Datacheck (foja 29443-29444).

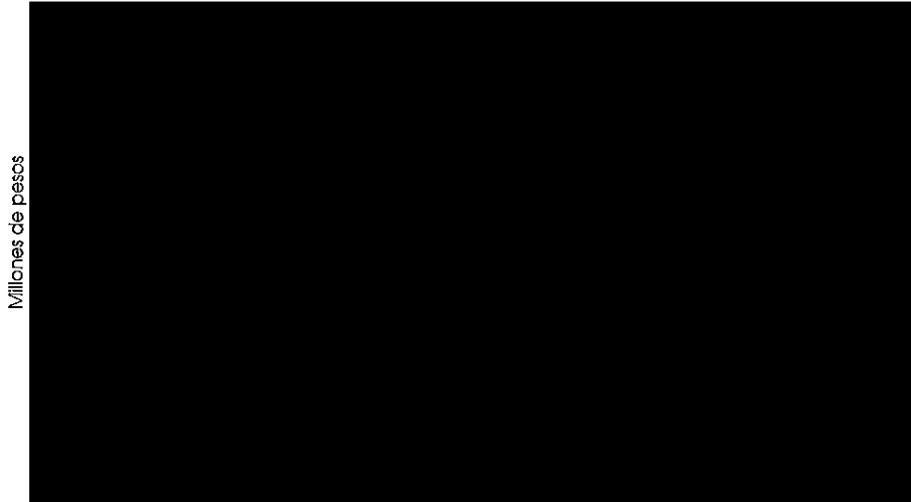
De la Tabla 12 se observa que, al considerar las estimaciones del valor total del mercado de la publicidad en el STAR, la participación de Megacable después de la concentración estaría en un intervalo de [REDACTED]

Adicionalmente, se comparó la evolución de los ingresos por comercialización de espacios publicitarios en el STAR de PCTV y GTV, para el periodo 2009-2014. En el siguiente gráfico se observa que los ingresos de GTV presentan una tasa de crecimiento compuesta anual de [REDACTED] en el periodo, mientras la de PCTV fue de [REDACTED] por lo cual, si se mantuvieran estas tendencias, [REDACTED]

(Espacio en blanco)

²⁶⁰ Se calcula información de la inversión total y el número total de inserciones publicitarias en cada uno de los canales monitoreados por [REDACTED]

²⁶¹ Fuente: Información de Datacheck integrada al expediente en fojas 29443-29444.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTEGráfico 6. Ingresos por publicidad en el STAR (en millones de pesos).
GTV y PCTV. 2009-2014.

Notas:

Fuente: Elaboración propias con datos del Reporte Anual GTV 2014 (fojas 24205; 24233; 24438; 24578; 24064), de información proporcionada por SKY (foja 29929) y de PCTV (fojas 13913-13914).

De las cifras mostradas anteriormente, es posible concluir que en los últimos cinco años PCTV ha mantenido una participación reducida en la comercialización de publicidad en el STAR. Asimismo, su tasa de crecimiento compuesta anual

Por tanto, como resultado de la transacción, Megacable no adquiere a la empresa líder en el mercado, ni a la de mayor dinamismo.

Vale la pena recordar que el análisis presentado en esta sección considera una delimitación del mercado estrecha, toda vez que se dejan de lado otros medios a través de los cuales se puede difundir la publicidad, los cuales podrían constituir sustitutos de la publicidad en el STAR, tales como la televisión radiodifundida, la radio, los medios impresos, el internet, entre otros. Por lo que las participaciones de PCTV y Megacable que se obtuvieron en esta sección, si bien son reducidas, podrían ser aún menores.

En conclusión, en el mercado de comercialización de espacios publicitarios a nivel nacional, Megacable adquiere una participación de mercado reducida (que oscila entre y), por lo que se estima que no tendría la capacidad ni los

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

incentivos para fijar precios o restringir el abasto, dado que existe al menos otro agente económico [REDACTED] con una participación de mercado significativamente superior que podría contrarrestarlo. En este contexto, de conformidad con el resolutivo CUARTO, apartado 4.3., de la Resolución de 1998, la transacción tendría pocas probabilidades de afectar el proceso de competencia y libre concurrencia, [REDACTED]²⁶²

Por lo expuesto anteriormente, se concluye que Megacable no ha obtenido poder sustancial en el mercado relevante estudiado. En este sentido, esta autoridad estima que resulta innecesario profundizar en el análisis de poder sustancial conforme a las demás fracciones del artículo 59 de la LFCE, pues dicho análisis no conduciría a un resultado distinto.

IV.3. Comercialización de señales para el servicio de televisión y audio restringidos

Mediante la transacción, Megacable incrementa su tenencia accionaria en PCTV, [REDACTED]. La actividad principal de PCTV es la de adquirir derechos de un conjunto de señales de televisión restringida pertenecientes a diversos programadores, las cuales a su vez son ofrecidas a los concesionarios del STAR. En este sentido, PCTV es un comercializador de señales de televisión restringida. Cabe señalar que PCTV también incluye sus propias señales dentro de su oferta comercial.

Tomando en cuenta lo anterior, y toda vez que Megacable tiene como actividad económica principal la oferta del STAR a los usuarios finales, a través de la transacción, se integraría con la actividad de comercialización de señales de televisión restringida de PCTV, dando por resultado una integración vertical en la cadena de valor del STAR.²⁶³

Para evaluar los efectos de la transacción, se analiza el mercado de comercialización de señales de televisión y audio restringido, a fin de determinar si Megacable adquiere poder sustancial, y en su caso, el efecto que resultaría en el mercado del STAR.

IV.3.1. Mercado relevante

De conformidad con las fracciones I a V del artículo 58 de la LFCE, para la determinación del mercado relevante se debe tomar en consideración, de forma general, los elementos que permitan determinar la posibilidad de sustitución del bien

²⁶² [REDACTED]

²⁶³ Megacable no participa en la comercialización de señales para el STAR, pues su canal Video Rola es comercializado únicamente a través PCTV, mientras MegaCanal se transmite únicamente en la red interna de Megacable. Fojas 27553 y 27556.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

o servicio correspondiente, sus costos y el tiempo requerido, y restricciones normativas en cualquier nivel de gobierno que limiten lo anterior. Asimismo, hay que atender a lo establecido en el artículo 5 de las Disposiciones Regulatorias, que ordena analizar las circunstancias particulares del caso concreto, identificando el bien o servicio de que se trate, y delimitando un área geográfica en que se ofrezcan o demanden los bienes o servicios, así como la posibilidad de acudir a distintos proveedores o clientes sin generar costos significativos.

Al respecto, a continuación se analizan las particularidades del caso concreto, esto es, del servicio de comercialización de señales de televisión restringida y las circunstancias relativas a la delimitación del área geográfica, como sigue:

Descripción del servicio

Considerando la transacción en los términos antes explicados, el servicio a evaluar es la comercialización de señales de televisión restringida. Este servicio es demandado por los concesionarios del STAR y ofrecido por programadores y/o comercializadores.

En términos generales, la provisión del servicio se lleva a cabo de la siguiente manera: el concesionario del STAR adquiere la señal del programador y/o comercializador, quien se encarga de la transmisión de la misma desde el punto de emisión hasta el transpondedor localizado en el satélite, para luego retransmitir la señal hasta la estación terrena del concesionario (véase Diagrama 1 del apartado III. Cadena de valor de los contenidos audiovisuales).²⁶⁴

Los oferentes de señales proveen sus servicios de manera no exclusiva a los concesionarios del STAR. Esto es, nada impide que los concesionarios puedan adquirir señales de televisión restringida de PCTV o de otros agentes económicos. Por su parte, PCTV ofrece sus servicios a sus socios y miembros (cualquier concesionario de RPT que cumpla con el pago de una membresía de 50 mil pesos moneda nacional obtiene la calidad de miembro),²⁶⁵ por lo que cualquier demandante puede tener acceso a los servicios de PCTV.

Además existe evidencia de que los concesionarios del STAR, independientemente de su tamaño, acuden tanto a los programadores como a PCTV para abastecerse de señales. Por ejemplo, se sabe que dentro de los clientes de PCTV no figuran: 1)

264

(véase Gráfico 1).
²⁶⁵ El pago de la membresía es por una única ocasión. Este y otros requisitos mínimos que deben cumplir los concesionarios para ser miembros de PCTV se detallan más adelante.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

[REDACTED]

En este sentido, si PCTV u otro comercializador decidiera incrementar el precio de las señales que comercializa, los concesionarios del STAR acudirían con los programadores, por lo que la sustitución entre los canales de comercialización (mayorista y minorista) haría que el incremento en el precio no fuera rentable, de ahí que se considera que ambos canales de comercialización forman parte del mismo mercado.

Aunado a lo anterior, de los contratos celebrados entre los programadores y PCTV, así como de los contratos entre PCTV y los concesionarios, se determinó que [REDACTED]

Por otra parte, dado que la demanda del servicio de comercialización de señales es una demanda derivada de los usuarios finales del STAR, los cuales tienen preferencias heterogéneas y valoran la disponibilidad de contenidos diversos en los paquetes que adquieren, se considera que los contenidos de diversas categorías son complementarios entre sí y, por tanto, cada categoría configura un mercado distinto. En este sentido, es posible agrupar las señales en ocho categorías de acuerdo a su contenido programático, a saber: (1) entretenimiento, (2) música, (3) películas, (4) infantil, (5) deportes, (6) cultura, (7) noticias / internacionales y (8) radiodifundida.²⁶⁶

Se estima que a marzo de 2015, se comercializaban 300 señales de televisión restringida en el territorio nacional. De ese total, aproximadamente la mitad corresponden a las categorías de entretenimiento y películas (Gráfico 7). Asimismo, si se asocian las categorías con el nivel de rating de las señales, que a grosso modo da cuenta de las preferencias de los consumidores del STAR, se observa que las

²⁶⁶ Información obtenida de la facturación por cliente aportada por PCTV (Foja 5112) y de la Base de datos proporcionada por la Coordinación General de Planeación Estratégica del IFT, sobre el número de suscriptores, por concesionario del servicio de televisión y audio restringidos, por estado, municipio, y localidad, identificando grupo al que pertenece cada concesionario. Foja 86480 BIS del Expediente DC-01-2014.

²⁶⁷ Del análisis de los contratos celebrados entre programadores (distintos a PCTV) y los concesionarios de cable y MMDS que ofrecen el STAR, [REDACTED] Fuente: Anexo VI. Índice de fojas de los contratos entre programadores y/o comercializadores de señales y los concesionarios del STAR.

²⁶⁸ Estas categorías son utilizadas por diversos concesionarios del STAR, para clasificar sus canales, tal es el caso de los operadores: Megacable, Maxcom, Cablemás, Telecable y Axtel. Asimismo, PCTV utiliza esta clasificación para los canales que produce y comercializa. Por su parte, la extinta Comisión Federal de Competencia definió estas categorías como mercados distintos en el caso de la práctica monopólica de PCTV, a la que se refiere la Resolución DE-001-2006-I y acumulados. Fojas 29519-29545; 13908; 29779; 23593; 19598-21305.

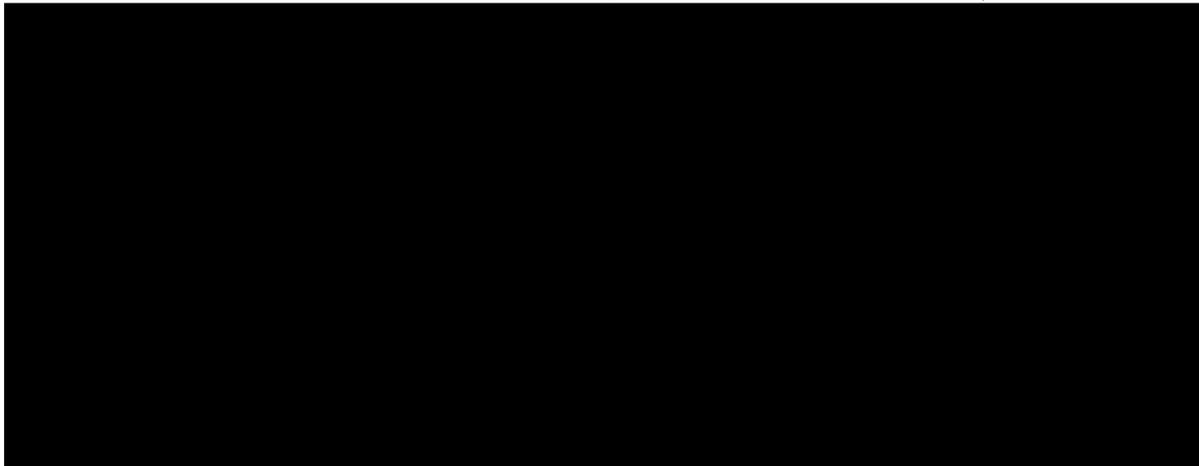


INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

señales preferidas pertenecen a las categorías de [REDACTED]

Gráfico 7. Distribución del número y rating de total de las señales por categoría.



Nota:

* El número total de señales incluye señales HD y/o delay.

[REDACTED]

Fuente: Elaboración propia con información proveniente del Anexo VI. Índice de fojas de los contratos entre programadores y/o comercializadores de señales y los concesionarios del STAR, así como de las fojas 14679-14775, 2418-2419, 20783, 31092 y fojas del Anexo IX. Índice de fojas de adquisición de canales de los concesionarios.

Señales de PCTV

PCTV provee sus señales a dos tipos de clientes: socios o accionistas²⁷⁰ y miembros.²⁷¹ De acuerdo con el Reglamento de Miembros y los Estatutos Sociales de PCTV,²⁷² los miembros deben cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Contar con una concesión para operar una red pública de telecomunicaciones.
- b) La red pública de telecomunicaciones debe estar en operación.
- c) Presentar una Carta de Solicitud de Afiliación al Presidente o Secretario del Consejo de Administración.

[REDACTED]

²⁷⁰ El socio es aquella persona física o moral que detenta una o varias acciones del capital social de PCTV. Al mes de Marzo de 2015, PCTV reportó que tenía [REDACTED] socios. Fojas 1289-1290.

²⁷¹ Al mes de Agosto de 2014, PCTV reportó que contaba con [REDACTED] Foja 63400 del Expediente DC-001-2014.

²⁷² Conforme al artículo 8 del Reglamento de Miembros de PCTV. Foja 8081 del Expediente DC-001-2014.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

- d) Pagar una cuota única de \$50,000 pesos, la cual puede realizarse hasta en tres pagos mensuales y con una tasa de interés mensual de 3%.

De los ingresos totales de comercialización para el año 2014, los socios representaron [REDACTED]²⁷³ Asimismo, en conjunto, socios y miembros de PCTV concentran [REDACTED] de suscriptores del STAR ([REDACTED] del total de suscriptores a nivel nacional).²⁷⁴

En lo que respecta a la conformación del portafolio de señales de PCTV, al mes de abril de 2015, éste contenía [REDACTED] señales de televisión (propias y de terceros), de las cuales [REDACTED] son señales de alta definición.²⁷⁵ Las señales comercializadas y sus respectivos proveedores, se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 13. Oferta comercial de PCTV, por proveedor.

PROVEEDOR	No. de Canales	NOMBRE DE CANALES
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

²⁷³ Fojas 28321-28328, 1290, 5112, 5276-7335, 13979-14674 y 13908.

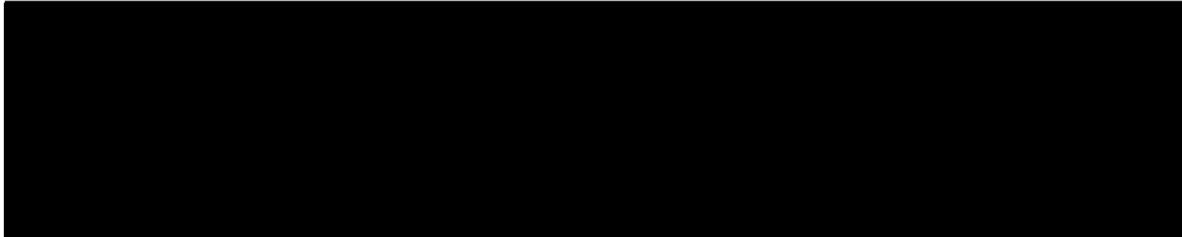
²⁷⁴ El dato de suscriptores corresponde al mes de Agosto de 2014. Fojas 033181-033190 del Expediente DC-001-2014.

²⁷⁵ High Definition o HD por sus siglas en Inglés.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE



Nota:

Oferta comercial de PCTV en el primer trimestre de 2015.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por PCTV. Fojas 14679-14775.

PCTV adquiere sus señales de [redacted] proveedores diferentes, siendo los principales (en términos de gastos de adquisición) los siguientes: [redacted]

[redacted] Estos cuatro proveedores representan [redacted] del gasto total en señales de PCTV.²⁷⁶

De los [redacted] canales que comercializa PCTV, [redacted]

[redacted] ²⁷⁷ Para el año 2014, las ventas de señales en paquete representaron [redacted] respecto del total.²⁷⁸

Dentro de los paquetes que ofrece PCTV, el que genera los mayores ingresos es el [redacted]

[redacted] señales, que incluyen [redacted] tal como se muestra a continuación.

(Espacio en blanco)

²⁷⁶ Fuente: Con base en información proporcionada por PCTV. Fojas 13901-13902, 13908 y 14808-14812.

²⁷⁷ [redacted]

1574-1578.

²⁷⁸ Fojas 5103-5104 y 5112.

²⁷⁹ Fojas 5103-5104 y 5112.

Fuente Fojas

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Tabla 14. [REDACTED]

Proveedor	No. de Canales	Nombre del Canal	Categoría
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Fuente: Elaboración propia con datos de PCTV. Fojas 1574-1578 y 14679-14775.

En resumen, PCTV posee un portafolio de señales [REDACTED]

Definición del servicio relevante

Derivado de lo anterior, para evaluar si Megacable, a través de PCTV, adquiere poder sustancial, se determina una dimensión de producto/servicio estrecha, definida como la comercialización de señales en las categorías de entretenimiento, música, películas, infantil, deportes, cultura, noticias / internacionales y radiodifundida. Esta delimitación estrecha no ahonda en un análisis de posibles sustitutos de otros productos,²⁸⁰ toda vez que como se analiza posteriormente, si los agentes involucrados en la transacción poseen participaciones de mercado poco significativas, éstas serían aún menores en un mercado más amplio.

²⁸⁰ Por ejemplo, la distribución y comercialización de señales para televisión abierta.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Dimensión geográfica

Para determinar la dimensión geográfica se consideraron aspectos técnicos, normativos, contractuales y comerciales que delimitan la comercialización de las señales del STAR.

En lo que respecta a los aspectos técnicos, se tiene que la transmisión de señales por parte de los programadores y/o comercializadores se realiza vía satélite con una huella que cubre todo el país.

En relación con el marco legal, el artículo 170, fracción IV, de la LFTyR establece que se requiere autorización del Instituto para explotar los derechos de emisión y recepción de señales y bandas de frecuencias asociados a sistemas satelitales extranjeros que cubran y puedan prestar servicios en el territorio nacional. Asimismo, el artículo 153 del mismo ordenamiento, indica que los autorizados para explotar los derechos de emisión y recepción de señales de satélites extranjeros que presten servicios en el territorio nacional, deberán ajustarse a las disposiciones que establezca el Instituto.

Adicionalmente, el RSTAR restringe el ámbito de la teleaudiencia a la que van dirigidos los contenidos a un ámbito nacional como se especificó en el apartado IV.1.1 anterior.

Finalmente, como aspectos contractuales y comerciales, [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

La restricción geográfica al ámbito nacional, [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

[REDACTED]

Asimismo, se determinó que los contratos establecidos entre PCTV y los concesionarios del STAR ubicados en distintos puntos de la República Mexicana²⁸³

[REDACTED]

(véase sección IV.3.2., apartado de Caracterización de los contratos entre PCTV y los concesionarios del STAR).

En conclusión, los mercados relevantes se definen por ocho segmentos, a saber: la comercialización de señales en las categorías de entretenimiento, música, películas, infantil, deportes, cultura, noticias/internacionales y radiodifundida, que son transmitidos a través de televisión restringida, a nivel nacional, para cada caso.

IV.3.2. Poder sustancial

Conforme a la fracción I del artículo 59 de la LFCE 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, deberá considerarse, entre otros 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 (en el caso particular el IFT) podrá tener en cuenta indicadores de ventas, número de clientes, capacidad productiva, así como cualquier otro factor que considere pertinente;"

Para efectos de determinar la participación de mercado que obtendría Megacable derivado de la operación, se llevaron a cabo dos ejercicios. El primero, describe la oferta de señales en el mercado y la importancia relativa de las señales comercializadas por PCTV, en términos de rating, por categoría. El segundo, estima la participación de mercado de PCTV en términos de ingresos.

²⁸² Foja 385.

²⁸³ PCTV tiene [REDACTED]

Fuente: Foja 05112.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Adicionalmente, se evalúa la composición de la cartera de clientes de PCTV y su evolución en el periodo que abarca de 2009 a 2014, así como las principales características de los contratos celebrados entre PCTV y los concesionarios del STAR.

Participación de mercado y rating

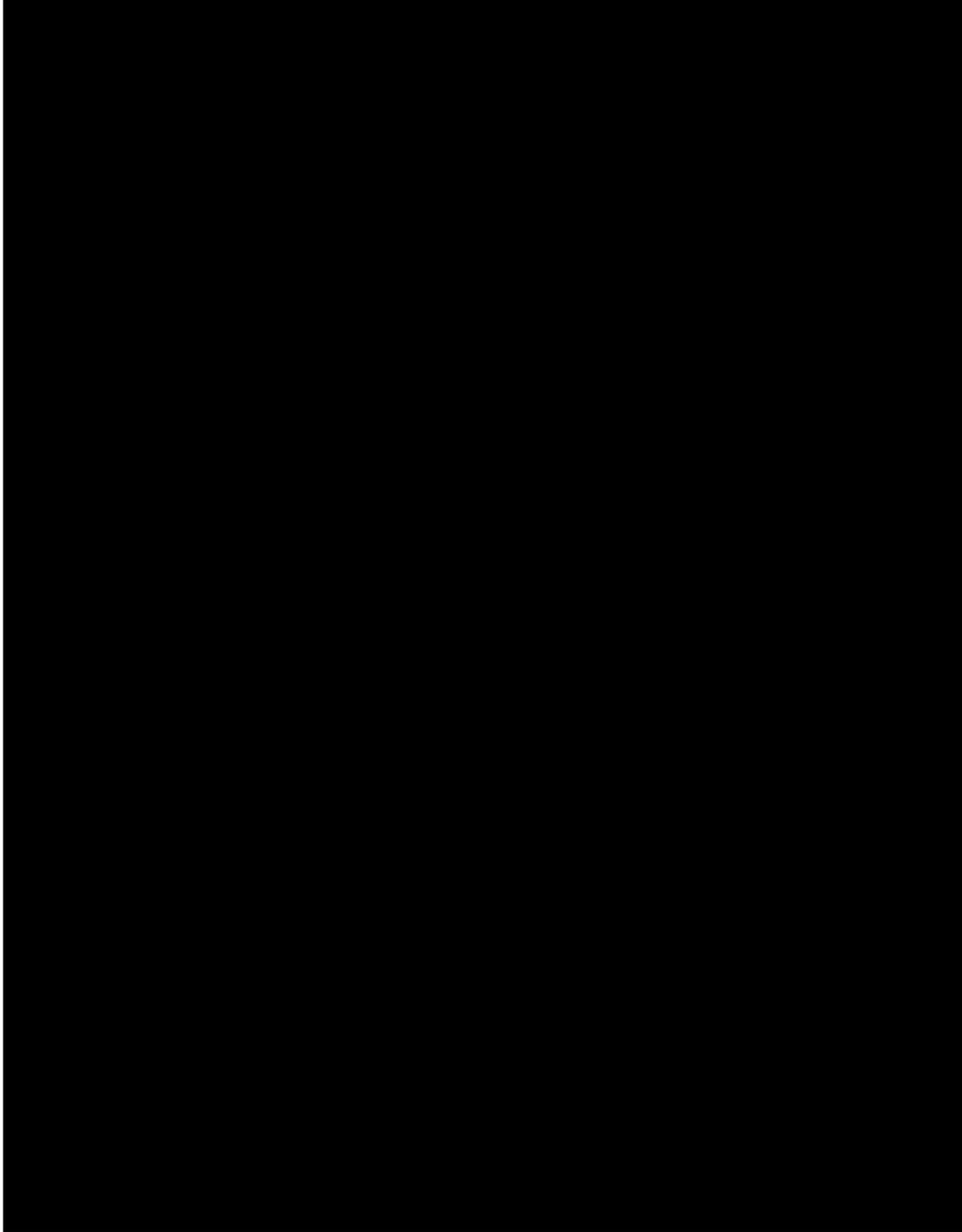
Con el propósito de describir el posicionamiento de PCTV frente a los principales participantes del mercado de comercialización de señales, el Gráfico 8 muestra a los principales oferentes del mercado de comercialización de señales por cada una de las ocho categorías del servicio relevante (entretenimiento, infantil, películas, cultura, deportes, música, radiodifundidas y noticias).²⁸⁴ Dentro de los oferentes se incluye a PCTV quien comercializa señales de otros proveedores y las señales que produce, en tanto que los otros oferentes del mercado, generalmente, sólo comercializan las señales que ellos producen.

(Espacio en blanco)

²⁸⁴ La estimación toma en cuenta

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Gráfico 8. Rating y número de canales por categoría de los principales oferentes en el mercado de comercialización de señales, 2014.



AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Notas:

¹⁶ El porcentaje se obtuvo dividiendo el rating acumulado entre el total de rating de los canales en la categoría.
Fuente: Elaboración propia con datos provenientes de las fojas 14679-14775, 2418-2419, 20783, 31092 y fojas incluidas en el Anexo IX. Índice de fojas de adquisición de canales de los concesionarios.

En el eje superior e izquierdo se muestra los puntos de rating que alcanza el conjunto de señales que vende cada oferente, y en su interior se etiqueta con un porcentaje la importancia que tiene el conjunto de canales en términos de rating según su categoría. Este porcentaje se obtuvo de dividir el rating acumulado de dichos canales entre el total de rating de la categoría. En el eje inferior y derecho se muestra el número de señales que vende cada oferente.

En la categoría [REDACTED] por ejemplo, PCTV comercializa un conjunto de [REDACTED] señales, mismas que sumadas alcanzan cerca de [REDACTED] de rating. Esta suma representa [REDACTED] del total del rating de las señales en su categoría. De la misma forma, se puede estimar la importancia relativa de las señales pertenecientes a [REDACTED]. Este vende [REDACTED] señales que alcanzan en conjunto cerca de [REDACTED] de rating, y representan [REDACTED] del total del rating de las señales en su categoría.

Los concesionarios pueden elegir entre diversos oferentes para comprar señales. Por ejemplo, pueden elegir un conjunto de señales que ofrece PCTV o comprar otros conjuntos de señales a diferentes oferentes con similares porcentajes de importancia en términos de rating. Así, si algún concesionario comprara señales de PCTV que representan [REDACTED] del rating total en la categoría [REDACTED] también tiene la oportunidad de optar por comprar señales a [REDACTED]

Del Gráfico 8 se desprende que, las señales que comercializa PCTV tienen una [REDACTED]. Lo anterior, considerando que en cada categoría existen señales con importancia relativa mayor.

Por otro lado, en los casos de las señales correspondientes a las categorías [REDACTED] [REDACTED] PCTV comercializa señales que [REDACTED]. No obstante, en estos casos, un [REDACTED]

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

concesionario, tiene la posibilidad de recrear una canasta con igual o mayor importancia relativa. Cabe señalar que en la categoría de [REDACTED]

Participación de mercado e ingresos

Con base en la información que obra en el expediente sobre la facturación de PCTV y GTV, y los gastos por adquisición de señales reportadas por los concesionarios del STAR (datos de la demanda), se estimaron los resultados de la participación de mercado.

La estimación se realizó a nivel nacional y de manera agregada para el año 2014, debido a que con la información disponible no es posible desagregar los ingresos de la comercialización de señales por categorías.

Para aproximar el tamaño total de mercado se sumaron tanto la facturación total de PCTV y GTV, como el gasto total en la adquisición de canales, reportado por trece de los concesionarios más importantes en términos de suscriptores del país, y en su caso descontando de este gasto lo que le compraron estos concesionarios a PCTV y GTV. Esta estimación permitió obtener un ingreso total del mercado de [REDACTED]

En la Tabla 15 se muestran los resultados de la estimación de participación de mercado. La cuota de mercado de PCTV representa [REDACTED] de la facturación total, mientras la participación de mercado de otros competidores como [REDACTED]. La mayor participación se concentra en el rubro [REDACTED] donde están contemplados algunos [REDACTED]

Tabla 15. Participación de mercado de la comercialización de señales, 2014.

GIE	Facturación por comercialización de señales	Participación
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

Nota:

* El rubro de [REDACTED] se obtuvo a partir de la información aportada por los principales operadores del STAR sobre los costos por adquisición de canales.

Fuente: Elaboración propia con datos provenientes de las Fojas 5112; 8578; 29745-29748; 29783-29785; 29723-29725; 29736; 29837-29839; 29846; 21697; 30100-30101; 28718; 21647-21648; 28792; 28788; 30876; 30877; 30953-30955; 29929; del expediente AI/DC-001-2015. Foja 21542 del expediente AI/DC-001-2014. Fojas 10281-10282 y 10284 del Expediente AI/DC-002-2014.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Cabe señalar que los porcentajes de participación calculados están sobreestimados, pues no se obtuvieron las compras del total de concesionarios por concepto de adquisición de señales. Sin embargo, los concesionarios para los que se obtuvo información concentran 96.3% de los suscriptores del STAR a nivel nacional.²⁸⁵

Por otro lado, con base en la información sobre clientes de PCTV y GTV, se estimó que existen [REDACTED] concesionarios del STAR que compran las señales comercializadas por PCTV,²⁸⁶ mientras [REDACTED] adquiere señales de GTV.²⁸⁷ Esto es, los concesionarios del STAR [REDACTED]

Derivado del análisis anterior, se concluye que PCTV tiene una participación reducida [REDACTED] del total facturado por las señales de televisión restringida.

Importancia relativa de las ventas de PCTV

Las estimaciones anteriores dan cuenta de una participación poco significativa de PCTV en el mercado relevante. Aunado a lo anterior, al analizar la evolución de su cartera de clientes en los últimos años, [REDACTED]

Las ventas de PCTV por concepto de comercialización de señales mostraron una [REDACTED] con una tasa de crecimiento compuesta anual de [REDACTED] en el mismo periodo.

En 2014, el principal cliente de PCTV fue [REDACTED] quien representó [REDACTED] de los ingresos, seguido de [REDACTED].²⁸⁸ Las ventas restantes de PCTV ([REDACTED]), [REDACTED] tal como se observa en el siguiente gráfico.

(Espacio en blanco)

²⁸⁵ Se considera el universo de suscriptores del STAR a Agosto de 2014, el cual era de 15,793,041.

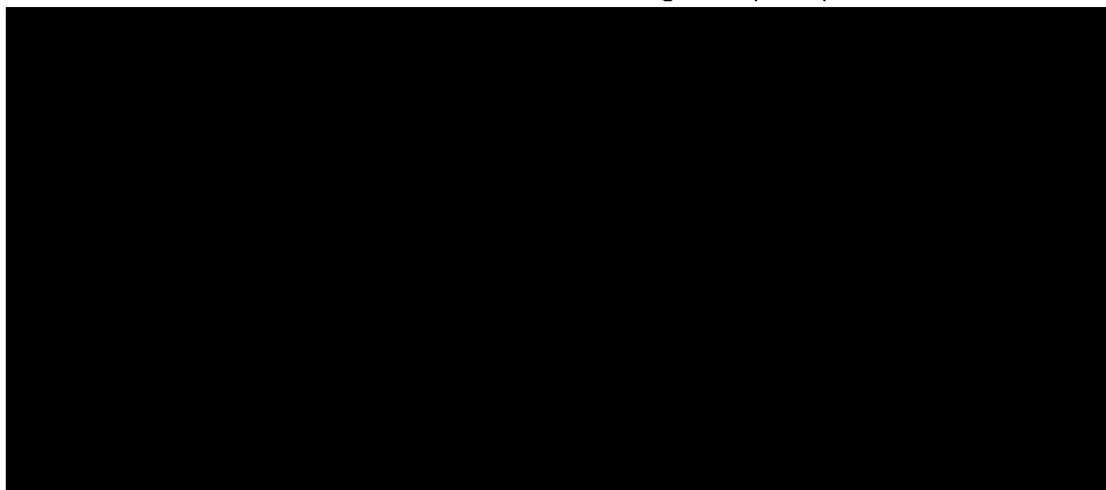
²⁸⁶ [REDACTED] (Foja 5112) y de la Base de datos proporcionada por la Coordinación General de Planeación Estratégica del IFT, sobre el número de suscriptores, por concesionario del servicio de televisión y audio restringidos, por estado, municipio, y localidad, identificando grupo al que pertenece cada concesionario. Foja 86480 BIS del Expediente DC-01-2014.

²⁸⁷ [REDACTED] (Foja 23877) y de la Base de datos proporcionada por la Coordinación General de Planeación Estratégica del IFT, sobre el número de suscriptores, por concesionario del servicio de televisión y audio restringidos, por estado, municipio, y localidad, identificando grupo al que pertenece cada concesionario. Foja 86480 BIS del Expediente DC-01-2014.

²⁸⁸ [REDACTED]

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Gráfico 9. Evolución de las ventas totales de PCTV, según los principales clientes. 2009-2014



Nota:

Fuente: Elaboración propia con datos provenientes de las fojas 5112, 5276-7335, 13979-14674 y 13908.

En relación con lo anterior, cabe resaltar que [redacted] por lo que en caso de que [redacted]

Por otro lado, derivado de la transacción, Megacable internaliza a la actividad de comercialización de PCTV. [redacted]

[redacted] En este caso, resulta pertinente, analizar la situación en la que se encuentran estos concesionarios que adquieren señales a PCTV, a fin de dimensionar las relaciones comerciales que guardan con PCTV.

Caracterización de los contratos entre PCTV y los concesionarios del STAR

De los contratos que obran en el expediente, celebrados entre PCTV y los concesionarios del STAR, en el periodo de 2011 a 2014, se identificó a [redacted]

En la Tabla 16 se describen las principales características de los contratos en mención. Se muestra [redacted]



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

Tabla 16. Características de los contratos de PCTV con concesionarios del STAR.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

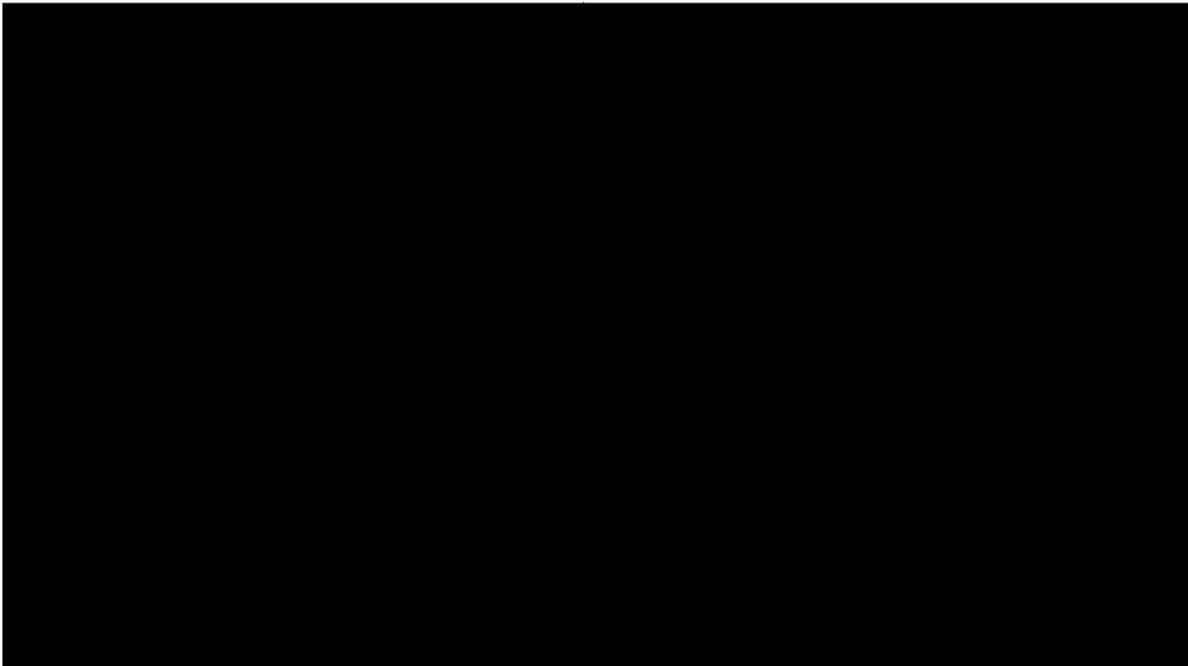


Notas:
nd: no disponible.



Fuente: Elaboración propia con base en fojas del Anexo VI. Índice de fojas de los contratos entre programadores y/o comercializadores de señales y los concesionarios del STAR.

A continuación se describen las principales características observadas en los contratos contenidos en la Tabla 16.

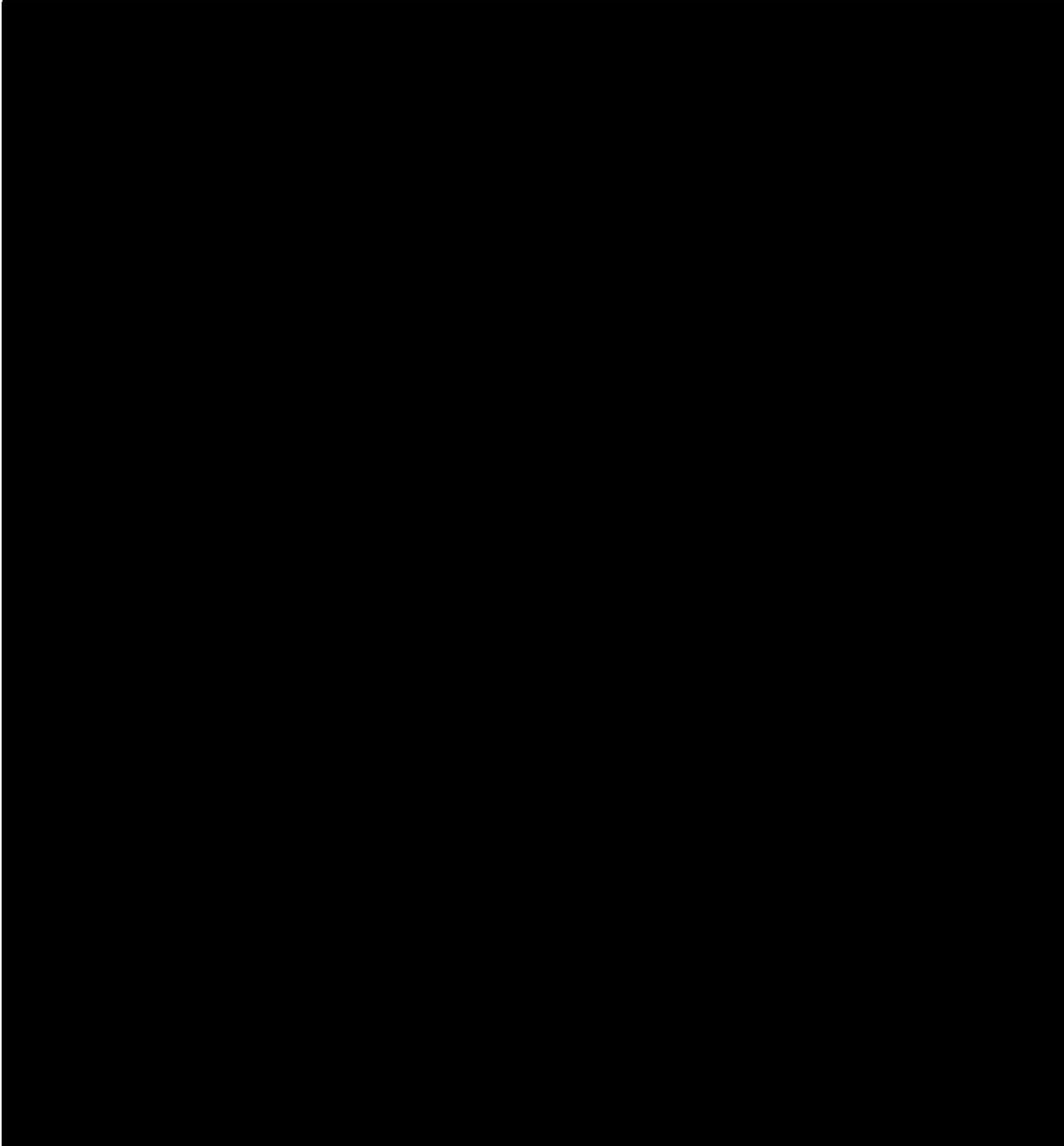


²⁸⁹ Fojas 8080-8083 del Expediente AI/DC-001-2014.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

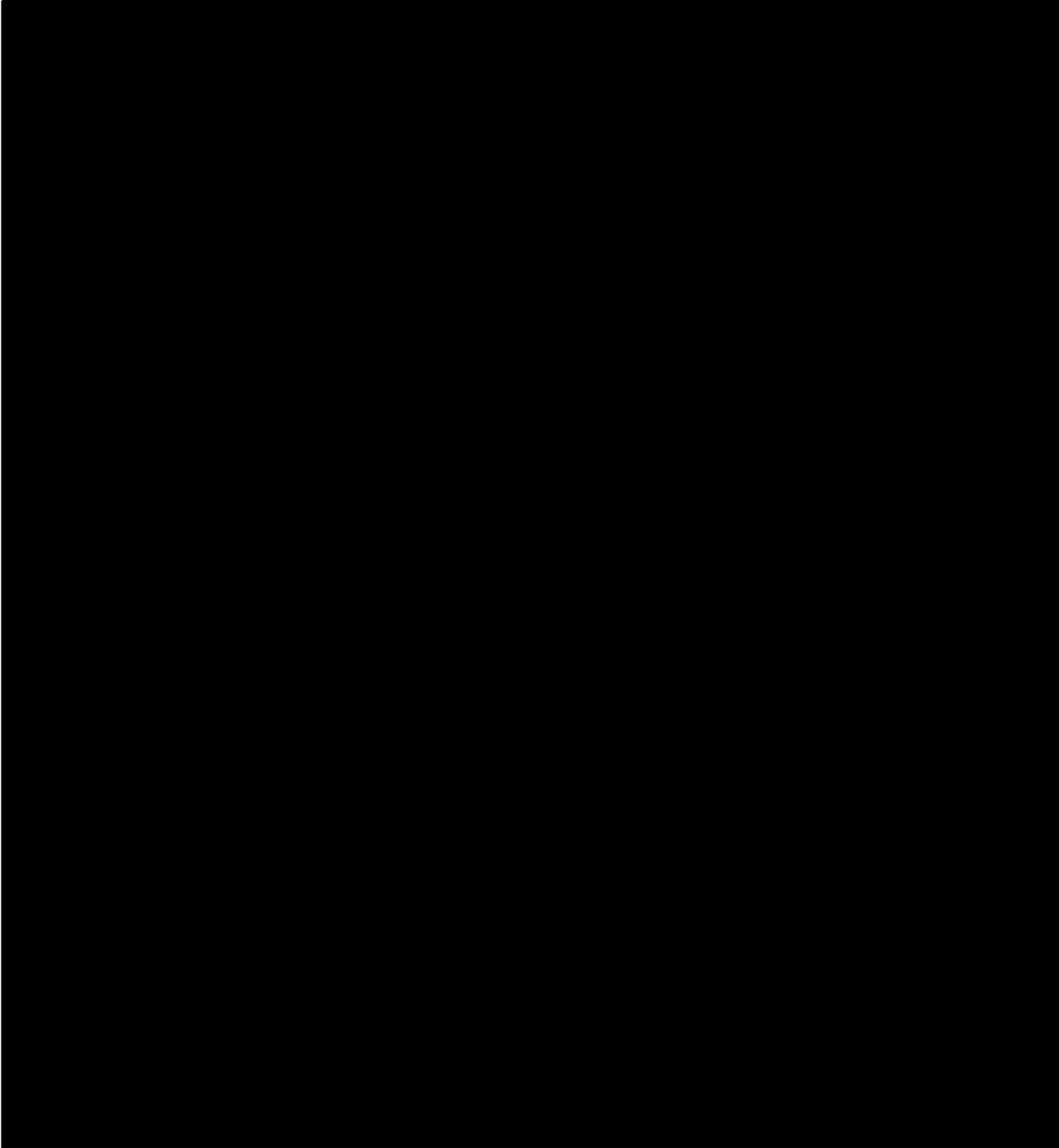
AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

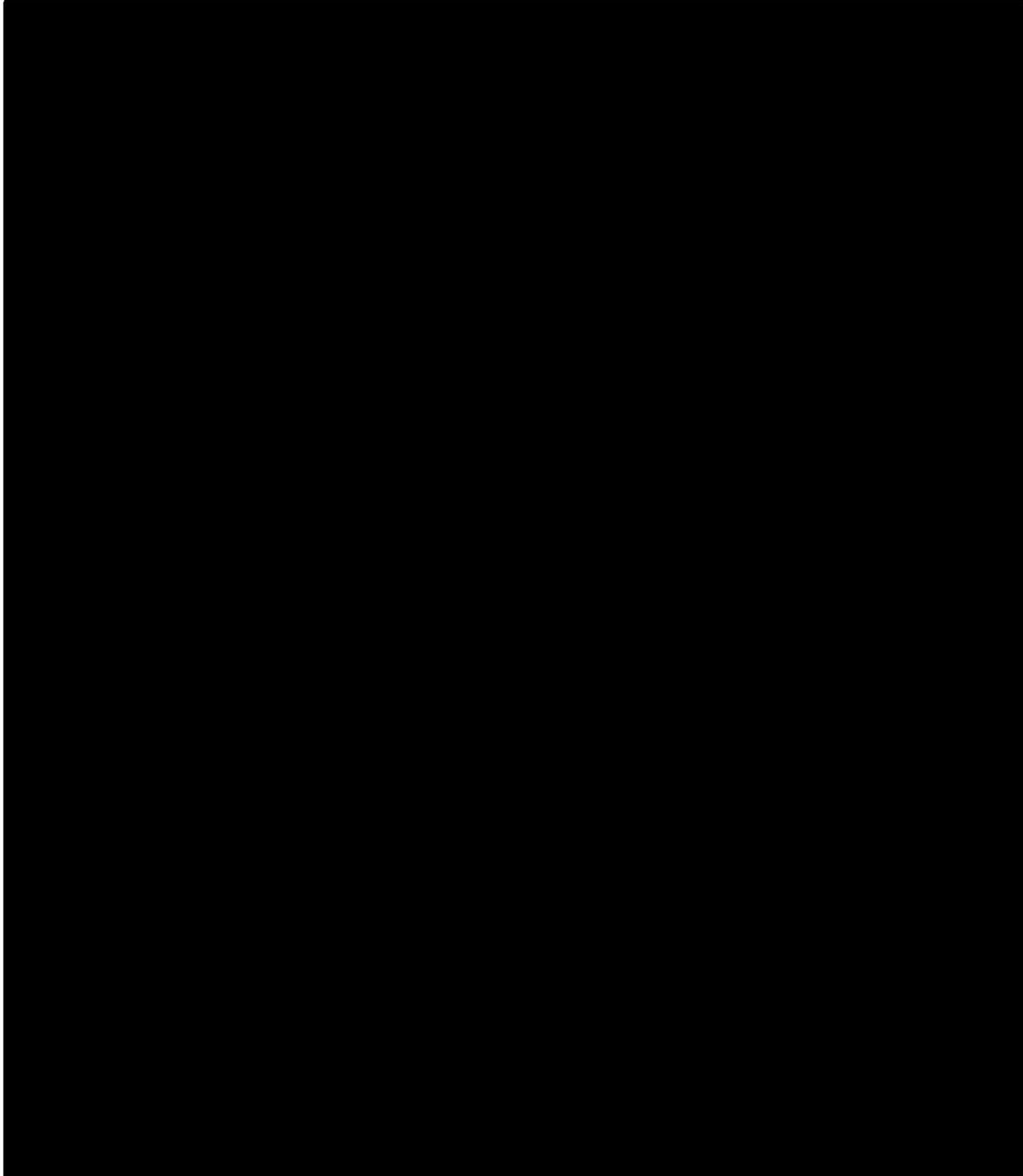


Foja 13897.
²⁹² Foja 13897.



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

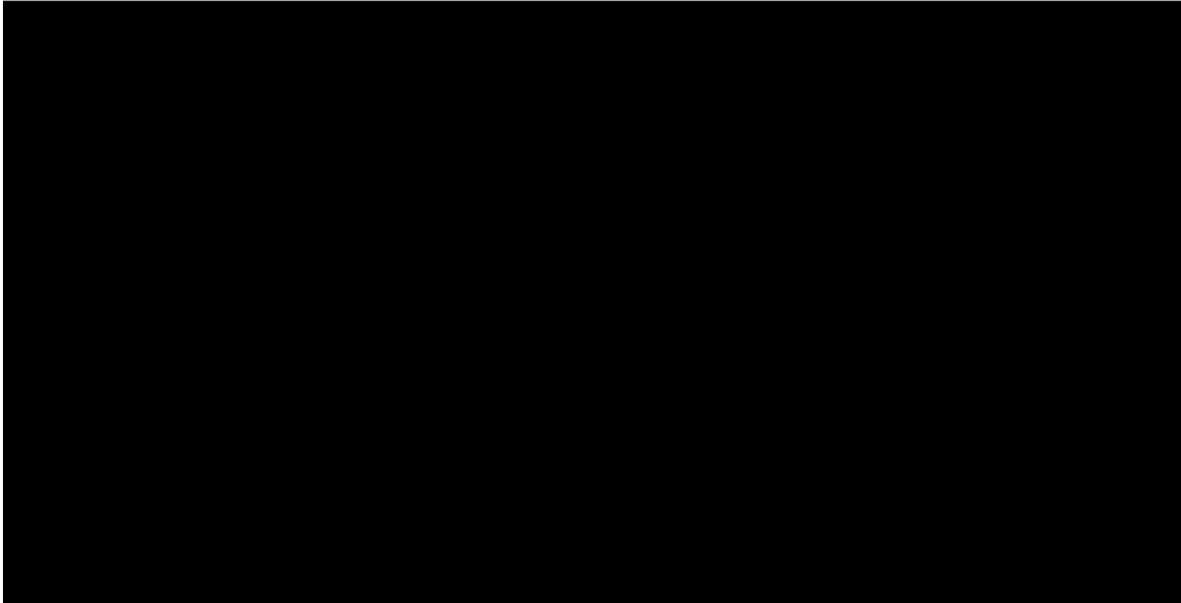
AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE





INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

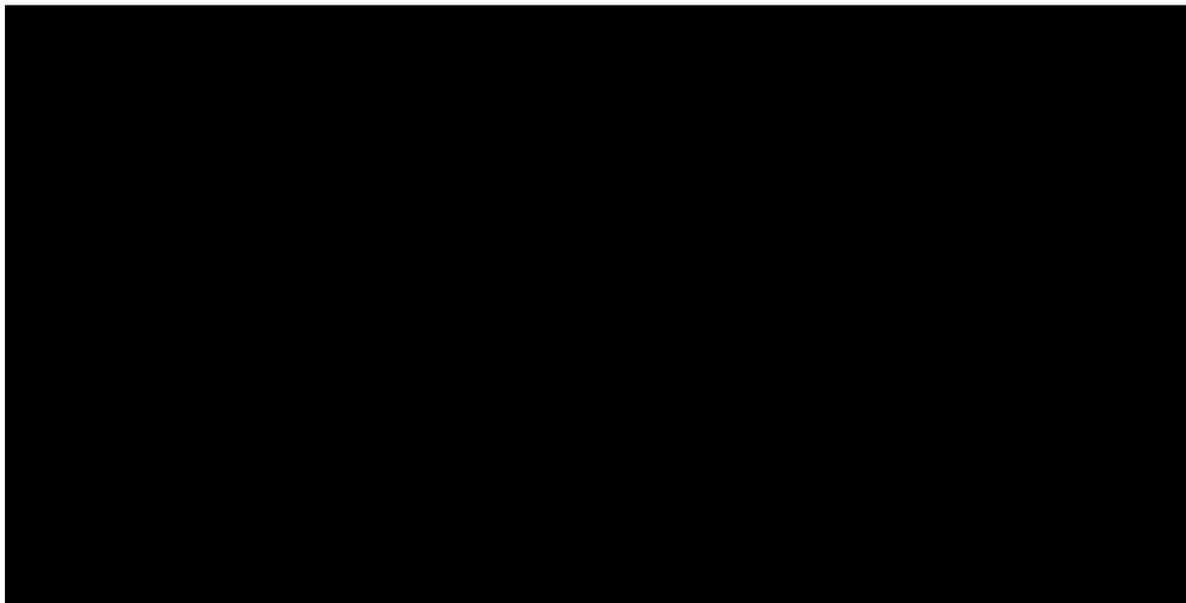
AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE



IV.3.3. Comportamiento reciente de PCTV

Conforme a la fracción V del artículo 59 de la LFCE, se hace notar la existencia de los siguientes antecedentes relativos al comportamiento reciente de PCTV en los mercados investigados:

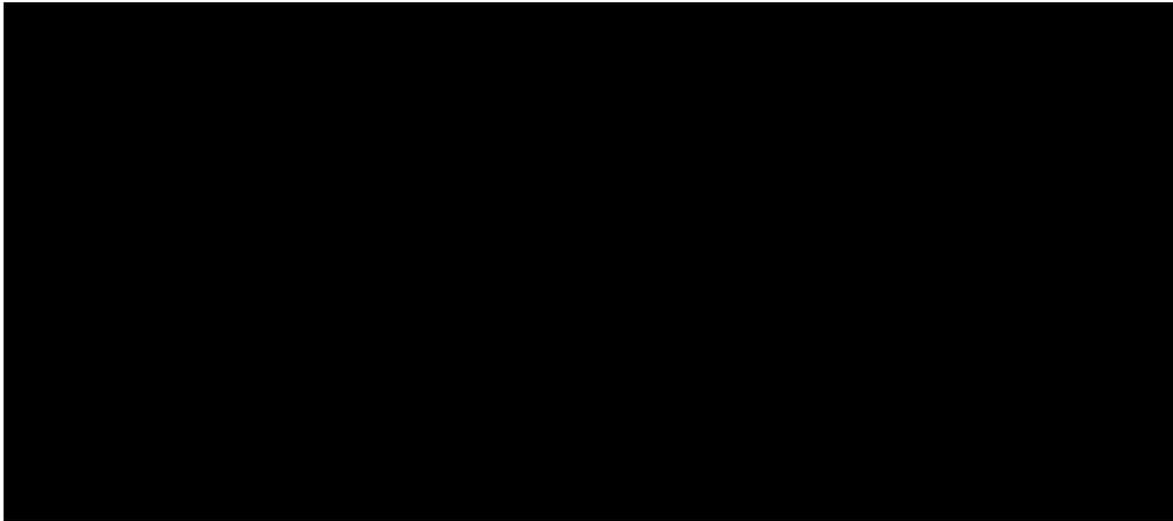
Expediente DE-01-2006 y acumulados



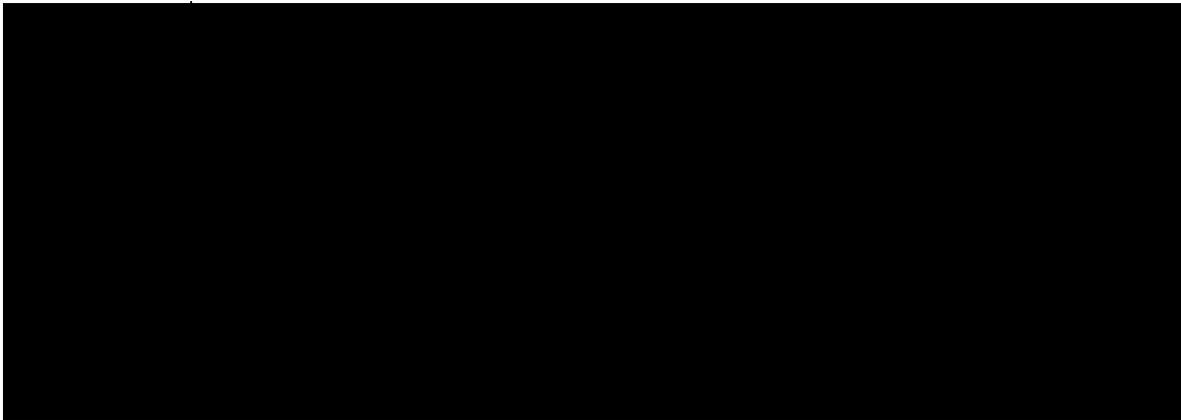


INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE



Expediente DE-32-1999 y acumulados



Conclusión sobre poder sustancial

Del análisis realizado en la presente sección, se concluye que la baja participación de mercado de PCTV, [REDACTED] así como la existencia de un competidor con participaciones de mercado superiores, hacen poco probable que Megacable, mediante la adquisición de PCTV, posea la capacidad de fijar precios o restringir el abasto por sí misma, en los mercados de comercialización de señales en las categorías de entretenimiento, música, películas,

²⁹⁵ Resolución del Pleno, página 13, visible a foja 25961.

²⁹⁶ Resolución de Pleno, visible a foja 26011.

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

infantil, deportes, cultura, noticias / internacionales y radiodifundida, en un ámbito nacional.

Asimismo, dado que la transacción implicó que Megacable participe por primera vez en dichos mercados, se considera que la misma tiene pocas probabilidades de afectar el proceso de competencia y libre concurrencia. Ello en congruencia con lo señalado en el resolutivo CUARTO, apartado 4.1., de la Resolución de 1998, el cual establece que si el aumento en el IH es menor a 75 puntos, la concentración tiene pocas probabilidades de afectar el proceso de competencia y libre concurrencia, lo cual se cumple en este caso toda vez que las variaciones del IH son cero para todas las categorías.

Por consiguiente, se considera que no existen elementos para concluir que Megacable adquiera poder sustancial en los mercados analizados, como consecuencia de la concentración que da origen al presente procedimiento de investigación; de forma que esta autoridad estima que resulta innecesario profundizar en el análisis de poder sustancial conforme al resto de los elementos señalados en las demás fracciones del artículo 59 de la LFCE, pues dicho análisis no conduciría a un resultado distinto.

VI. CONCLUSIONES

1. El presente procedimiento se inició en virtud de lo establecido por el quinto párrafo del Artículo Noveno Transitorio, y lo establecido en la resolución emitida por el Pleno del IFT el 11 de febrero de 2015, dentro del expediente UCE/AVC-002-2014, relativo a la concentración entre Megacable y PCTV. La finalidad del procedimiento en que se actúa es determinar si, derivado de la transacción indicada, se genera poder sustancial en aquellos mercados de redes de telecomunicaciones que presten servicios de voz, datos o video, a nivel nacional, estatal, regional y/o local.
2. La transacción de la cual deriva la investigación materia del presente procedimiento, consistió en un incremento de la participación de Megacable en el capital social de PCTV [REDACTED]
3. Megacable se dedica primordialmente a la provisión de servicios de telecomunicaciones de televisión y audio restringidos, telefonía fija y banda ancha fija. Asimismo, participa en la producción de señales audiovisuales y en la venta de espacios publicitarios para televisión restringida. Por su parte, PCTV se dedica a la producción y programación de contenidos para televisión restringida, así como a la comercialización de señales de televisión restringida,

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

propias y de terceros, nacionales e internacionales, a través de la obtención de licencias [REDACTED] para distribuir y representar dichas señales.

4. Derivado de la concentración existe un traslape horizontal en los mercados de producción y agregación de contenidos para televisión restringida, así como en el mercado de comercialización de espacios publicitarios en televisión restringida. Asimismo, la operación genera una integración vertical a lo largo de la cadena de valor del STAR, que involucra el mercado de comercialización de señales para televisión restringida, [REDACTED]
5. PCTV produce y programa cinco señales de televisión restringida (TVC, Cine Mexicano, Pánico, Platino y TVC Deportes) y Megacable dos señales (Video Rola y MegaCanal, esta última únicamente para consumo interno). En consecuencia, se analizaron los mercados de producción y agregación de contenidos en las categorías de entretenimiento, música, películas y deportes, a las cuales pertenecen las señales de las partes, con una delimitación geográfica nacional.
6. Derivado de la operación, Megacable participaría por primera vez en los mercados de producción y agregación de contenidos en las categorías de entretenimiento, películas y deportes. En estos mercados acumula participaciones de mercado muy reducidas ([REDACTED]). Además, se detectó la presencia de programadores importantes, [REDACTED] capaces de ejercer presión competitiva sobre Megacable. Por último, se determinó que la [REDACTED] Por tanto, se considera improbable que derivado de la transacción Megacable obtenga poder sustancial en estos mercados.
7. PCTV comercializa espacios publicitarios, [REDACTED] Por su parte, Megacable también vende espacios publicitarios en los dos canales que produce, así como en los canales de los programadores que le otorgan minutos por hora para la inserción de ésta. Mediante la transacción Megacable, adquiere el control del negocio de comercialización de publicidad de PCTV.
8. Derivado de lo anterior, se analizó el mercado de comercialización de espacios publicitarios en televisión restringida, a nivel nacional.²⁹⁷ La baja participación

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

que acumula Megacable posterior a la operación, tanto en minutos de tiempo de publicidad como en ingreso, así como la presencia de otros competidores importantes [REDACTED] permiten determinar que, como resultado de la transacción, Megacable no adquiere poder sustancial en este mercado.

9. Por último, se analizaron los mercados de comercialización de señales en las categorías de entretenimiento, películas, deportes, cultura, música, infantil, noticias/internacional y radiodifundida en un ámbito nacional, en los cuales Megacable participaría por primera vez como resultado de la operación. Del análisis de las participaciones de mercado, se determinó que [REDACTED]

[REDACTED] No obstante, en estos casos, los concesionarios del STAR tienen la posibilidad de recrear una canasta con igual o mayor importancia relativa. Además, en términos de ingresos PCTV tiene una participación reducida [REDACTED] del gasto total facturado por las señales de televisión restringida.

10. En relación con lo anterior, se identificó que [REDACTED]

[REDACTED] A excepción de [REDACTED] sus demás clientes son concesionarios [REDACTED]

11. Del análisis de los contratos celebrados entre PCTV y los concesionarios [REDACTED] se detectó que PCTV establece condiciones [REDACTED]

12. En suma, se concluye que las bajas participaciones que acumula Megacable posterior a la concentración con PCTV, así como la existencia de competidores mejor posicionados, hacen poco probable que Megacable posea la capacidad de fijar precios o restringir el abasto por sí misma, en los mercados de producción y programación de contenidos, comercialización de espacios publicitarios y comercialización de señales, todos referentes al servicio de televisión y audio restringidos. En este sentido, de conformidad con lo establecido en las fracciones I y III del artículo 59 de la LFCE, se considera que no existen elementos para concluir que Megacable adquiera poder sustancial en estos mercados como consecuencia de la concentración que da origen al



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

presente procedimiento de investigación; por lo tanto, esta autoridad estima que resulta innecesario profundizar en el análisis de poder sustancial conforme al resto de los elementos señalados en las demás fracciones del artículo 59 de la LFCE, pues dicho análisis no conduciría a un resultado distinto.

VII. RESOLUTIVOS

Por todo lo antes expuesto, y con fundamento en los artículos 28, párrafos décimo quinto y décimo sexto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; artículos 3, fracción II, 7 párrafo tercero, 15, fracción XX, 26, 28, fracción V, 264, 279, 280, todos de la LFTyR, y los tres últimos en correlación con lo establecido por el párrafo quinto del Artículo Noveno Transitorio; 5, párrafo primero, 58, 59, y 96, fracciones I a V, de la Ley Federal de Competencia Económica; 5, 7, 64, 68, 73, y 120, fracción II 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; 4, fracción VI, 62 párrafo primero y fracción XXIV, 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, la Autoridad Investigadora del Instituto Federal de Telecomunicaciones, propone al Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, el cierre del expediente en que se actúa, conforme a los siguientes

RESOLUTIVOS:

PRIMERO.- Las sociedades Megacable Holdings, S.A.B. de C.V. y subsidiarias, y Productora y Comercializadora de Televisión, S.A. de C.V., y subsidiarias, integran un grupo de interés económico encabezado por la primera, tal y como se describe en el Anexo II. GIE 1 Megacable, de la presente Resolución.

SEGUNDO.- No existen elementos suficientes para determinar que, derivado de la transacción que originó la presente investigación conforme al párrafo quinto del Artículo Noveno Transitorio de la LFTyR, el grupo de interés económico determinado en el resolutivo **PRIMERO**, adquiera poder sustancial en los mercados de producción y agregación de contenidos para el servicio de televisión y audio restringidos, en las categorías de entretenimiento, música, películas y deportes en un ámbito nacional.

TERCERO.- No existen elementos suficientes para determinar que, derivado de la transacción que originó la presente investigación conforme al párrafo quinto del Artículo Noveno Transitorio de la LFTyR, el grupo de interés económico determinado

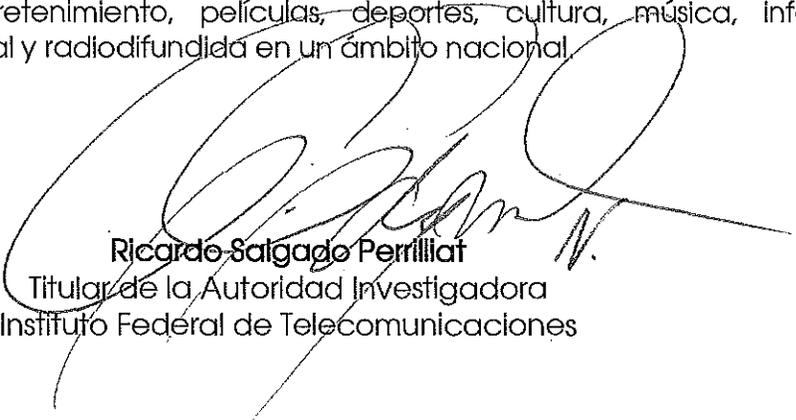


INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

AUTORIDAD INVESTIGADORA
DIRECCIÓN GENERAL DE CONDICIONES DE MERCADO
EXPEDIENTE AI/DC-001-2015
DICTAMEN PRELIMINAR DE CIERRE DE EXPEDIENTE

en el resolutivo PRIMERO, adquiera poder sustancial en el mercado de comercialización de espacios publicitarios para el servicio de televisión y audio restringidos a nivel nacional.

CUARTO.- No existen elementos suficientes para determinar que, derivado de la transacción que originó la presente investigación conforme al párrafo quinto del Artículo Noveno Transitorio de la LFTyR, el grupo de interés económico determinado en el resolutivo PRIMERO, adquiera poder sustancial en los mercados de comercialización de señales para el servicio de televisión y audio restringidos, en las categorías de entretenimiento, películas, deportes, cultura, música, infantil, noticias/internacional y radiodifundida en un ámbito nacional.



Ricardo Salgado Perrillat
Titular de la Autoridad Investigadora
Instituto Federal de Telecomunicaciones

