

Unclassified

Spanish - Or. English

2 August 2022

**DIRECTORATE FOR FINANCIAL AND ENTERPRISE AFFAIRS  
COMPETITION COMMITTEE**

**LATIN AMERICAN AND CARIBBEAN COMPETITION FORUM (Spanish version)  
FOROLATINOAMERICANO Y DEL CARIBE DE COMPETENCIA - Sesión III: Fusiones de  
Medios**

- Contribución de México -

27 y 28 de septiembre de 2022

Se hace circular el documento adjunto elaborado por México PARA SU DEBATE en la Sesión III del Foro Latinoamericano y Del Caribe de Competencia que se llevará a cabo los días 27-28 de septiembre 2022, en Río de Janeiro, Brasil.

Sr. Alden Caribé de Sousa, CADE - [alden.sousa@cade.gov.br](mailto:alden.sousa@cade.gov.br).

Ms. Sra. Lynn Robertson, Experto en Competencia - [Lynn.Robertson@oecd.org](mailto:Lynn.Robertson@oecd.org).

JT03500860

## *Sesión III: Fusiones de Medios*

### *- Contribución de México -*

#### **Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE)**

##### **1. Introducción**

1. En México, a partir de la Reforma de Telecomunicaciones de 2013, la Comisión Federal de Competencia (Comisión o COFECE) es la autoridad de competencia en todos los sectores, excepto en los de telecomunicaciones y radiodifusión donde existe un ente regulador con facultades para aplicar la ley de competencia: el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). En ese sentido, tanto la COFECE como el IFT analizan las concentraciones en la industria de los medios, cada uno según sus atribuciones.

2. La industria de medios se basa principalmente en producción y distribución de contenidos de diversa índole, así como en la venta de publicidad. Respecto a la producción, los contenidos pueden ser programas, series, canciones, películas, noticias entre otros. Una vez que estos contenidos audiovisuales son producidos pueden ser licenciados a terceros para aparecer en distintos canales y modalidades. De manera paralela a la producción y distribución de medios, la industria de medios también se encuentra relacionada con la venta de publicidad.

3. Dentro de los retos detectados en la Comisión resaltan algunos de tipo técnicos analíticos y otros jurídicos relacionados con el análisis de las concentraciones de medios. Respecto a los primeros están: la posible existencia de un mercado de atención de las audiencias o de diferentes mercados, teorías de daño novedosas, la evolución tecnológica y estrategias cross-media. Sobre los retos jurídicos destacan la distribución de competencias entre la COFECE y el IFT en industrias que abarcan mercados relacionados parcialmente con telecomunicaciones y radiocomunicación.

4. Este documento presenta la participación de COFECE en fusiones de medios, exceptuando radio y televisión.

##### **2. Marco conceptual y legal**

5. La OECD (2019) define a los medios de comunicación como aquellos medios de masas que permiten la distribución de información y datos a grandes audiencias; y considera que la "industria de medios" incorpora tanto la producción de contenido, tales como noticias, entretenimiento, educación e investigación, como su distribución a través de los medios de comunicación masiva. De aquí que los medios masivos incluyen la prensa, transmisión de radio y televisión, producción de películas, transmisión (streaming) de video, video juegos, publicidad en línea, redes sociales y podcasts, entre otros.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> OECD (2019), Vertical Mergers in the Technology, Media and Telecom Sector, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2019\)5/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2019)5/en/pdf), page 8 y UN (2008). International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC), Rev. 4, [https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm\\_4rev4e.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_4rev4e.pdf), pp. 277 to 279.

6. La normatividad aplicable en los sectores a cargo de la Comisión no establece alguna disposición distinta a los criterios generales de notificación respecto a las concentraciones que se lleven a cabo en la industria de medios.
7. Tanto la COFECE como el IFT utilizan la Ley Federal de Competencia Económica (LFCE) como principal marco normativo para sus decisiones en temas de competencia económica. De manera cualitativa, en el análisis de mercado relevante, se consideran los elementos señalados en el artículo 58 de la LFCE y sus Disposiciones Regulatorias. Adicionalmente, se realiza un análisis de barreras a la entrada que, en general, se desarrolla cuando, conforme a la misma ley (artículos 59 y 64), se evalúa si la concentración puede dar lugar a un agente con poder sustancial o incrementa dicho poder.
8. La normatividad en materia de competencia económica en México no contempla que en el análisis de concentraciones que realice la Comisión sean incorporados elementos tales como la pluralidad, la diversidad u otros relacionados con daños sociales potenciales, como la información errónea o la desinformación.
9. Sin embargo, la normatividad sí contempla aspectos de propiedad cruzada. Como parte de la evaluación de una concentración, la Comisión analiza no sólo las actividades que desarrollan las sociedades directamente involucradas en la transacción, sino todas las desarrolladas por personas relacionadas con el grupo de interés económico al que pertenecen, así como los vínculos que dicho grupo pudiera tener con otros agentes o grupos en mercados relacionados. En consecuencia, cuando un Agente Económico pertenece a un grupo de interés económico, el grupo puede ser considerado la unidad económica relevante para efectos del análisis de la operación que se analiza.<sup>2</sup>
10. En este sentido, la Comisión considera que el análisis de concentraciones contribuye a promover la pluralidad y diversidad, aun cuando estos objetivos no se encuentren establecidos expresamente en la normatividad de competencia. La identificación de grupos de interés económico busca asegurar que existe independencia en la toma de decisiones de negocio, lo que evidentemente contribuye a mantener la competencia económica. No obstante, esta independencia se espera también se traslade a otros ámbitos, por lo que mantener un ambiente competitivo contribuye a mantener un ambiente plural y diverso.

### 3. Teoría y casos

11. Como se mencionó, la industria de medios principalmente se basa en producción y distribución de contenidos de diversa índole. A continuación, se profundiza en la producción y distribución de contenidos audiovisuales de entretenimiento y de música, así como algunos casos analizados por la Comisión.

---

<sup>2</sup> Ver Guía para la notificación de concentraciones 2021. Disponible en: [https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2021/06/GUIACON\\_2021.pdf](https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2021/06/GUIACON_2021.pdf), p. 12.

### 3.1. Producción y distribución

#### 3.1.1. Contenido audiovisual de entretenimiento

12. En el caso particular de contenidos audiovisuales, la Comisión ha realizado un análisis detallado de la cadena de valor. El primer eslabón se refiere a la producción propia de los contenidos audiovisuales, es decir: i) la producción de programas como los de concursos u otros tipos, o los denominados series o telenovelas, entre otros; y ii) la producción de películas. Además, se identifica un mercado de licenciamiento de derechos para la producción en video de eventos deportivos.

13. Una vez que estos contenidos audiovisuales son producidos, los mismos pueden distribuirse a través de distintas modalidades. Los contenidos audiovisuales pueden integrarse en canales de programación los que, a su vez, se distribuyen a través de radiodifusión, servicio de televisión y audio restringido (STAR), Servicios OTT, salas de cine, formatos digitales y formatos físicos (cada vez más en desuso).

14. Un productor de canales de programación puede producir programas y no licenciarlos, por lo que dichos programas no forman parte de un mercado. Si el programa es licenciado a terceros para su inclusión en otro canal de programación o para su distribución mediante otra modalidad, entonces es parte de un mercado de programas.

15. Las películas son distribuidas en distintas modalidades y, por lo general, de manera secuencial, de manera que se reduzca o no exista el traslape entre las modalidades. La distribución inicia, generalmente, en el cine, seguida por canales de pago por evento y canales premium en servicio de televisión restringida, otros canales de programación, canales de programación que se radiodifunden. Hoy en día se ha vuelto más común que después de su exhibición en cines, o incluso antes, se traslade a la exhibición en servicios OTT.

16. Uno de los casos más destacados relacionado con la exhibición de cintas en salas de cine es el Recurso de Reconsideración RA-029-2013<sup>3</sup>, analizado por la COFECE. Este Recurso de Reconsideración está relacionado con el expediente de concentración CNT-010-2013<sup>4</sup>, el cual fue analizado por la extinta COFECO, la cual había objetado la concentración de Cinemex con Cinemark. En este Recurso de Reconsideración, la COFECE analizó, entre varios otros, el mercado de exhibición de cintas en salas de cine, con una definición geográfica de alcance local.

17. Otro caso destacado es el expediente CNT-063-2021, en el que se autorizó la concentración entre Univision Holdings II, Inc. y la creadora de contenido de Grupo Televisa. La Comisión analizó la relación vertical entre: a) la producción y licenciamiento de contenido musical para su uso en la producción de contenido audiovisual; b) la producción, licenciamiento o distribución de contenido audiovisual y su distribución en: b.1) salas de cine y formatos físicos de entretenimiento en casa, y b.2) distribución a través de plataformas digitales de contenidos audiovisuales por suscripción o respaldadas por publicidad.<sup>56</sup>

<sup>3</sup> <https://www.cofece.mx/CFCResoluciones/docs/Asuntos%20Juridicos/V80/12/1775312.pdf>.

<sup>4</sup> <https://www.cofece.mx/CFCResoluciones/docs/Concentraciones/V485/37/1758950.pdf>.

<sup>5</sup> Es de mencionarse que el 18 de noviembre, el Pleno del IFT aprobó la presentación de una Controversia Constitucional en contra de la resolución del expediente CNT-063-2021 emitida por la COFECE <http://www.ift.org.mx/conocenos/pleno/sesiones/xix-extraordinaria-del-pleno-18-de-noviembre-de-2021>.

<sup>6</sup> Es de mencionarse que este último caso generó una controversia constitucional. La cual es un mecanismo que se promueve ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación para resolver los

### 3.1.2. *Contenidos musicales*

18. La cadena de valor asociada con los contenidos musicales es similar a la de contenidos de video y puede resumirse en los siguientes eslabones: i) creación de contenidos individuales; ii) producción y edición de contenidos musicales y iii) difusión y distribución de contenidos musicales.

19. Dentro de esa cadena de valor se identifican tres actividades centrales: i) licenciamiento de música (licenciamiento primario de composiciones y arreglos a negocios); ii) grabación de música y iii) música en vivo.

20. El licenciamiento de composiciones, arreglos y la grabación de contenido musical constituyen actividades distintas y distinguibles de las actividades de distribución. En particular, las obras grabadas constituyen un producto que puede ser distribuido por diversos canales, como la radiodifusión sonora o bien a través de Servicios OTT de audio como Spotify, iTunes, entre otros.

21. En estos mercados la COFECE ha analizado dos concentraciones: la CNT-090-2019<sup>7</sup> y la CNT-113-2021.<sup>8</sup> En ambos casos, la operación analizada consistió en la adquisición por parte de Live Nation de una parte del capital social de OCESA Entretenimiento. En estos casos, la Comisión analizó diversos mercados entre los que destaca la transmisión en línea a través de internet (streaming) de espectáculos y eventos en vivo y pregrabados en la modalidad de pago por evento.

### 3.1.3. *Medios impresos y redes sociales*

22. Como se mencionó, otros medios en los que la Comisión tiene competencia son los medios impresos. Los medios impresos, como periódicos, revistas y comics, también han tenido una transición hacia formatos digitales. En ambos casos, tanto formatos digitales como formatos físicos, se observa que el principal modelo de negocio se basa en publicidad. Otro modelo de negocio común es aquel en los que el principal ingreso de las empresas es a través de una suscripción. En algunos casos, la suscripción permite tener acceso a versiones impresas y digitales del medio. El contenido digital suele alojarse en sitios web o aplicaciones propiedad del medio de comunicación que genera el contenido.

23. En otros casos, el acceso a noticias, otros contenidos y anuncios se realiza a través de plataformas de terceros. Por ejemplo, es común ver en Facebook o Twitter noticias publicadas por diversos medios. El medio monetiza estos contenidos como si se tratara de publicidad, a través de lo que se denomina “publicidad programática”.<sup>9</sup>

---

conflictos que surjan entre poderes federales, poderes de los estados, órganos de gobierno de la Ciudad de México, o entre los órdenes de gobierno federal, estatal, municipal o de la Ciudad de México, por invasión de competencias o por cualquier tipo de violación a la Constitución Federal, por parte de los órganos señalados. En específico, el IFT solicitó la invalidez de la resolución al considerar que al analizar los servicios OTT se invadía la esfera competencial del IFT en telecomunicaciones.

<sup>7</sup> <https://www.cofece.mx/CFCResoluciones/docs/Concentraciones/V6042/6/5125450.pdf>

<sup>8</sup> <https://www.cofece.mx/CFCResoluciones/docs/Concentraciones/V6080/12/5580487.pdf>

<sup>9</sup> La “publicidad programática” consiste en la venta electrónica de publicidad por medio de software y algoritmos que permiten identificar los intereses de un usuario de un sitio Web, y de manera que los anunciantes puedan competir en tiempo real por adquirir un espacio publicitario en ese sitio Web.

24. Las redes sociales más importantes como Facebook, Instagram o Twitter se ofrecen de manera gratuita y son financiadas por publicidad. Algunas otras redes sociales se ofrecen como modelos “freemium”, es decir, el servicio se ofrece gratuitamente soportado por publicidad, y puede accederse a funcionalidades adicionales si se paga por ellas; un ejemplo de este caso es LinkedIn.

25. En el expediente CNT-046-2017 que analizó la adquisición por parte de 5M Holding de una parte del Grupo Expansión, el cual es editor de una revista del mismo nombre,<sup>10</sup> la Comisión identificó un “mercado de edición y publicación en medios impresos”, y un mercado de “publicidad en medios impresos”;<sup>11</sup> asimismo identificó un mercado de “desarrollo de plataformas y publicaciones en medios digitales” y un mercado de “publicidad en medios digitales”. Esta práctica ha resultado consistente con la literatura que sugiere que, en mercados denominados no transaccionales, se definen dos mercados relevantes interrelacionados.<sup>12</sup>

### 3.2. Publicidad

26. Por otra parte, la Comisión ha abordado casos que involucran audiencias y comercialización de publicidad; en esta última, ha identificado distintos mercados mayoristas y minoristas.

27. En el expediente CNT-126-2018<sup>13</sup>, en donde se autorizó a The Walt Disney Company la adquisición del 100% del capital social de Twenty First Century Fox, Inc, se encontraron elementos que indican que la publicidad en canales de programación transmitidos a través del STAR pertenece a un mercado distinto que la publicidad en Internet.<sup>14</sup>

28. En la operación CNT-063-2021 (Univisión-Grupo Televisa), la Comisión identificó varios elementos para definir un mercado de “distribución minorista de contenido audiovisual a través de plataformas digitales de contenidos audiovisuales por suscripción o respaldadas por publicidad” y un mercado de “venta de publicidad en línea”. Lo cual reafirma el hecho de que el mercado de publicidad por Internet es distinto a cualquier otro.

### 3.3. Propiedad cruzada

29. Como se mencionó, la Comisión analiza aspectos relacionados con la propiedad cruzada principalmente cuando estudia la conformación de Grupos de Interés Económico. Para el análisis de competencia económica la Comisión requiere conocer la identidad de los accionistas directos o indirectos en quienes recae el control de las sociedades involucradas en la concentración o que pudieran tener alguna influencia relevante o significativa en el manejo de las sociedades. De esta manera, las partes que presentan la notificación de la respectiva transacción ante la autoridad de competencia deben entregar la información que permita conocer la estructura de los grupos económicos en todos los niveles superiores a la tenencia accionaria directa. La Comisión busca identificar al menos

<sup>10</sup> <https://www.cofece.mx/CFCResoluciones/docs/Concentraciones/V5627/4/3870721.pdf>.

<sup>11</sup> Resolución del expediente CNT-046-2017, p. 3.

<sup>12</sup> *OECD (2018) Rethinking Antitrust Tools for Multi-Sided Platforms*, pp. 12 a 13. <https://www.oecd.org/daf/competition/Rethinking-antitrust-tools-for-multi-sided-platforms-2018.pdf>.

<sup>13</sup> <https://www.cofece.mx/CFCResoluciones/docs/Concentraciones/V5963/2/4693359.pdf>.

<sup>14</sup> Páginas 30 y 31 del escrito de notificación al IFT (folio 5332).

a los accionistas que, en última instancia, detentan participaciones accionarias de 5% o más, siempre que esta información esté disponible para las partes.<sup>15</sup>

30. En el expediente CNT-126-2018 (Disney – Fox), la Comisión identificó aspectos sobre propiedad cruzada que llevaron a que los agentes económicos aportaran elementos adicionales para el análisis de la operación. Al respecto, como se señala en la versión pública de la resolución, The Walt Disney Company (TWDC) y Twenty-First Century Fox, Inc. presentaron un escrito mediante el cual informaron sobre la cesión por parte de TWDC, en favor de Sony Pictures Releasing International Corporation, de su participación en el capital social de Walt Disney Studios Sony Pictures Releasing México, S. de R.L. de C.V.

## 4. Retos

31. Dentro de los retos detectados en la Comisión, resaltan algunos de tipo jurídico y otros técnicos relacionados con el análisis de las concentraciones de medios.

### 4.1. Analíticos

32. Uno de los retos analíticos a destacar en las fusiones de medios es la noción de “un mercado de atención de las audiencias”.<sup>16</sup> La información recabada en distintos asuntos sugiere que existen distintos mercados de audiencia y mercados de publicidad asociados a dichas audiencias. Sin embargo, la Comisión trabaja en la revisión de literatura y recabar información que contribuya a aclarar estos aspectos en los asuntos que tramita.

33. En los casos de fusiones de medios, la Comisión no ha considerado teorías de daño que puedan calificarse como novedosas pues los asuntos no lo han requerido. Sin embargo, en otros casos dentro del entorno digital, la Comisión ha recurrido a teorías de daño que, eventualmente, podrían ser retomadas en fusiones de medios.<sup>17</sup>

34. Uno de los principales retos derivados de la evolución tecnológica y las estrategias cross-media de los competidores en los mercados de medios es la delimitación de los mercados relevantes y relacionados, así como la evaluación del poder sustancial y los efectos de una operación en dichos mercados.

35. Hasta el momento, la información que dispone la Comisión indica que no existe sustitución entre canales de programación de audio o audiovisuales y medios impresos o redes sociales, o distintos tipos de medios entre sí. Es decir, de los asuntos analizados por esta Comisión, no hay elementos que sugieran la existencia de un único mercado de atención por parte de las audiencias.

---

<sup>15</sup> Guía para la notificación de concentraciones 2021, p. 39.

<sup>16</sup> El mercado de atención involucre la competencia en que las plataformas adquieren tiempo de los consumidores, con paquetes de contenido y publicidad, y venden los anuncios a agencias para que entreguen mensajes durante ese tiempo. Evans, David S., *The Economics of Attention Markets* (April 15, 2020). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3044858> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3044858>.

<sup>17</sup> Por ejemplo, en Uber/Cornershop, se exploraron teorías de conglomerado en el contexto de la creación de una plataforma integrada, así como la teoría de reverse *killer acquisition*.

## 4.2. Jurídicos

36. En el ámbito jurídico, cuando existe un conflicto competencial, como ha sucedido respecto de ciertos mercados de medios en la economía digital, la definición de las actividades o casos que deben ser atendidos por la Comisión, es resuelto por los Tribunales Colegiados Especializados, a través de un mecanismo contemplado en la LFCE.

37. Los conflictos competenciales entre el IFT y la Comisión para resolver sobre una concentración en un mercado determinado retrasan la evaluación y resolución de las operaciones respectivas, ya que cuando la Comisión e IFT consideran tener competencia sobre un mercado en particular, el procedimiento debe ser suspendido y son los tribunales especializados quienes determinan qué autoridad tiene competencia y algunas veces tal decisión se ha emitido más allá del plazo previsto en la norma.

38. Dada la creciente interrelación entre la economía digital y la economía en general, esta Comisión estima que la discusión sobre los mercados que corresponden evaluar a COFECE y el IFT en el entorno digital podría continuar. Lo anterior, representa un reto para esta Comisión, dado que su facultad para analizar los efectos de una fusión en el mercado de medios digitales pudiera verse limitada por los mercados que determinen los tribunales especializados. Sin embargo, la Comisión se encuentra en la mejor disposición para dialogar con el IFT y lograr concesos.

39. Hasta el momento, los precedentes más importantes en cuanto a medios son los conflictos competenciales: C.C.A. 1/2017, C.C.A. 1/2022, C.C.A. 3/2022 y C.C.A 4/2022.

40. En el Conflicto C.C.A. 1/2017, derivado de la operación entre AT&T. Inc., y Time Warner, se determinó que: i) una misma operación puede ser analizada tanto por la Comisión como por el IFT, atendiendo al marco constitucional de atribuciones; ii) son competencia de la Comisión y no del IFT, aquellas actividades que pudieran, bajo ciertas circunstancias, pertenecer a mercados relacionados con los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, si dichas actividades pueden funcionar de manera autónoma de tales sectores, iii) son competencia de la Comisión y no del IFT aquellos mercados que pudieran tener efectos, al ser potenciales insumos, en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión; iv) son competencia de la Comisión y no del IFT, aquellas actividades que, aunque formen parte de la cadena productiva de las telecomunicaciones y la radiodifusión, funcionan de manera autónoma a dichos sectores; y v) son competencia de la Comisión y no del IFT, mercados distintos a los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, incluso cuando en ellos participen agentes económicos que prestan servicios o participan en dichos sectores.

41. Sobre el caso C.C.A. 1/2022, el Primer Tribunal Colegiado concluyó que bajo ninguna interpretación posible los servicios de cómputo en la nube, las redes sociales y los servicios de búsqueda en línea inciden en los sectores de telecomunicación y radiodifusión y que por ende son mercados que pertenecen a la Comisión. Por otra parte, el Tribunal determinó que el mercado de sistemas operativos móviles debía ser conocido por el IFT. Si bien dicho conflicto competencial derivó de una investigación que el IFT abrió en diversos mercados, el precedente puede influir en el futuro si alguna operación de fusión en medios incluye redes sociales.

42. Por último, respecto a los conflictos C.C.A. 3/2022 y C.C.A 4/2022, derivados de la Operación entre AT&T, Inc. y Discovery, el Tribunal determinó que para dicho caso, el IFT debía analizar los mercados: i) el servicio de distribución de contenidos audiovisuales mediante plataformas Over The Top (OTT) de contenido audiovisual; ii) la producción, adquisición y licenciamiento de los contenidos generados para su distribución mediante tales plataformas, pues dichas actividades son fases previas a la distribución, directamente relacionadas, cuya finalidad es la generación o adquisición de insumos para su posterior transmisión mediante plataformas OTT de contenido audiovisual; y iii) la venta de tiempos y espacios de publicidad en las plataformas OTT de contenido audiovisual.

## Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT)

### 1. Introducción

43. El IFT es la autoridad en materia de competencia económica y regulación en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión en México, y en el ejercicio de sus atribuciones, ha analizado diversas concentraciones de medios, y en algunas de ellas, ha determinado la necesidad de imponer condiciones de tipo estructural y/o conductual. A continuación, se describe de manera general el marco legal del IFT para analizar concentraciones, y se abordan algunos casos relevantes de concentraciones de medios donde se impusieron condiciones: (i) TFCF Corporation y TWDC Enterprises 18 Corp.; (ii) AT&T Inc. y DIRECTV, (iii) Grupo Televisa/TVI, y (iv) AT&T Inc. y Time Warner Inc.

### 2. Marco legal

44. El control de concentraciones tiene por objeto que el IFT analice los cambios en la estructura de los mercados que puedan resultar en una afectación significativa de la competencia y la libre concurrencia. La evaluación de una concentración se realiza conforme al procedimiento de notificación previsto en los artículos 90 o 92<sup>18</sup> de la Ley Federal de Competencia Económica (LFCE).<sup>19</sup>

45. Al respecto, el artículo 86 de la LFCE establece los umbrales para las concentraciones que deben ser autorizadas por el IFT antes de que se lleven a cabo. Las concentraciones que no superen esos umbrales están exentas de solicitar autorización previa del IFT, sin embargo, de conformidad con ese mismo artículo, los agentes económicos pueden presentar la notificación de manera voluntaria, principalmente cuando tengan dudas sobre los posibles efectos al proceso de competencia y libre concurrencia derivados de la misma.

46. El IFT cuenta con un plazo de 60 días para emitir una resolución, contados a partir de la presentación de información faltante o de la información adicional requerida. Los artículos 58, 59, 63 y 64 de la LFCE establecen como estándar de análisis la definición del mercado relevante, el análisis de poder de mercado, los posibles efectos de la concentración y las ganancias en eficiencia.

---

<sup>18</sup> El artículo 92 de la LFCE hace referencia a un proceso simplificado, mientras que el artículo 90 del mismo ordenamiento, faculta al IFT a recurrir a mecanismos (incluyendo requerimientos de información a las partes involucradas y/o a terceros, así como la emisión de un acuerdo de riesgos), que permitan evaluar los efectos de concentración.

<sup>19</sup> El artículo 89 de la LFCE establece los elementos y requisitos que deben presentarse en la notificación de la concentración, que incluye, entre otros: (i) identificación de los notificantes y de los que participan en ella directa e indirectamente; (ii) descripción de la concentración, incluyendo cláusulas de no competir y su razonabilidad; (iii) objetivo y motivo de la concentración; (iv) estados financieros de los involucrados; (v) descripción de la estructura del capital de los involucrados (participaciones directas e indirectas, antes y después de la concentración); (vi) participación de mercado (incluyendo de competidores), y (vii) descripción de bienes y servicios que producen u ofrecen los involucrados.

47. De conformidad con el artículo 90 de la LFCE, cuando se identifican posibles riesgos al proceso de competencia y libre concurrencia en los mercados analizados, se notifica a los promoventes un acuerdo de riesgos, al menos con 10 días de anticipación a la fecha en que se liste el asunto para resolver por el Pleno del IFT, para que puedan presentar condiciones que permitan corregir los riesgos identificados. Asimismo, los notificantes pueden presentar, desde su escrito de notificación y hasta un día después de que se liste el asunto para resolverlo, propuestas de condiciones. El IFT sólo puede imponer o aceptar condiciones directamente vinculadas con la corrección de los efectos de la concentración, y deben guardar proporción con la corrección pretendida.

### 3. Análisis del IFT

48. De conformidad con la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) y la LFCE, corresponde al IFT analizar las concentraciones que tienen efectos en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión en México, mientras que la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) analiza aquellas concentraciones en el resto de los sectores.

49. Al existir dos autoridades de competencia en México, el artículo 5 de la LFCE establece un procedimiento para fijar competencia en asuntos en los que tanto el IFT como la COFECE consideran que les corresponde o no conocer. En estas situaciones los Tribunales Especializados deben fijar la competencia a la autoridad correspondiente. Sin embargo, antes de acudir a esas instancias, el IFT y la COFECE mantienen comunicación para solicitarse comentarios respecto a asuntos específicos, y con ello tener la oportunidad de manifestarse y acordar sobre su competencia para conocer y resolver sobre los procedimientos.

50. Considerando diversas decisiones de Tribunales Especializados<sup>20</sup> y antecedentes resueltos por el IFT y COFECE, corresponde al IFT analizar y resolver sobre concentraciones de medios que involucran, entre otros, los siguientes mercados:<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Véase:

- Conflicto Competencial Administrativo número 1/2017, resuelto el 2 de marzo de 2017, derivado de la concentración entre AT&T Inc. y Time Warner Inc. Versión pública de la sentencia disponible en: [http://sise.cjf.gob.mx/SVP/word1.aspx?arch=1305/13050000204166870004004.pdf\\_0&amp;sec=Jorge\\_Alberto\\_Ram%C3%ADrez\\_Hern%C3%A1ndez&amp;svp=1](http://sise.cjf.gob.mx/SVP/word1.aspx?arch=1305/13050000204166870004004.pdf_0&amp;sec=Jorge_Alberto_Ram%C3%ADrez_Hern%C3%A1ndez&amp;svp=1).
- Conflicto Competencial Administrativo número 3/2022, resuelto el 24 de marzo de 2022, derivado de la concentración entre AT&T, Inc. y Discovery, Inc. Versión pública de la sentencia disponible en: [http://sise.cjf.gob.mx/SVP/word1.aspx?arch=1305/13050000294348360002002002.pdf\\_1&amp;sec=Jaime\\_Sevilla\\_Ag%C3%BCero&amp;svp=1](http://sise.cjf.gob.mx/SVP/word1.aspx?arch=1305/13050000294348360002002002.pdf_1&amp;sec=Jaime_Sevilla_Ag%C3%BCero&amp;svp=1).

<sup>21</sup> Por su parte, corresponde a la COFECE analizar y resolver sobre concentraciones que involucran, entre otros, los siguientes mercados:

- Distribución de películas para su exhibición en salas de cine.
- Licenciamiento de contenidos audiovisuales para entretenimiento en el hogar en formatos físicos y formatos digitales para su adquisición y descarga directa.
- Licenciamiento de derechos de propiedad intelectual para el desarrollo de medios interactivos y videojuegos.

- Producción, adquisición, provisión y licenciamiento de contenidos audiovisuales (programas, canales de programación y paquetes de canales) para su transmisión en sistemas y plataformas de televisión restringida, de televisión radiodifundida y de distribución OTT (*over the top* o a través de Internet) de contenidos audiovisuales.
- Distribución (minorista) de contenidos audiovisuales a través de sistemas y plataformas de televisión restringida, de televisión radiodifundida y de distribución OTT de contenidos audiovisuales.
- Provisión y venta de tiempos y espacios de publicidad en sistemas y plataformas de televisión restringida, de televisión radiodifundida y de distribución OTT de contenidos audiovisuales.

51. En el análisis de concentraciones de medios, el IFT ha determinado, entre otros, los siguientes elementos respecto a los mercados relevantes analizados:<sup>22</sup>

- Los servicios de distribución (minorista) de contenidos audiovisuales, así como la provisión y venta de tiempos y espacios publicitarios, ofrecidos por sistemas y plataformas de televisión restringida, de televisión radiodifundida y de distribución de OTT de contenidos audiovisuales, no se considera que sean sustitutos, es decir, pertenecen a mercados relevantes distintos. Lo anterior, entre otras razones, por sus características técnicas, comportamiento de la demanda y sus modelos de negocios diferenciados.

Al mismo tiempo, el IFT ha considerado que esos mercados relevantes son mercados relacionados pues comparten características similares, incluyendo que se tratan de actividades de transmisión de contenidos, utilizan equipos terminales comunes y los mismos operadores de un sistema y/o plataforma específico (v.gr. TV de paga) incorporan servicios ofrecidos por los otros sistemas y/o plataformas.

Por otra parte, el IFT ha identificado otros mercados distintos como lo es el de la distribución (minorista) de contenidos de audio, así como la provisión y venta de tiempos y espacios publicitarios, a través de sistemas y plataformas de radiodifusión sonora.

- Los canales de programación que son licenciados a proveedores de televisión restringida (Canales Restringidos) pueden subdividirse en diversas categorías programáticas: entretenimiento, infantil, películas y series, fácticos, música, noticias, deportes y televisión radiodifundida. Se considera que las distintas categorías programáticas que se ofrecen en sistemas y plataformas de televisión restringida no son sustitutas, sino complementarias entre sí.
- La provisión y licenciamiento de Canales Restringidos en cada categoría programática constituye, en general, un mercado relevante distinto.

---

<sup>22</sup> Véase:

- Acuerdo P/IFT/150817/487, correspondiente a la concentración notificada por AT&T Inc. y Time Warner Inc. Versión pública disponible en: [http://apps.ift.org.mx/publicdata/VP\\_P\\_IFT\\_150817\\_487.pdf](http://apps.ift.org.mx/publicdata/VP_P_IFT_150817_487.pdf).
- Acuerdo P/IFT/110319/122, correspondiente a la concentración notificada por TFCF Corporation (anteriormente Twenty-First Century Fox, Inc.) y TWDC Enterprises 18 Corp. (anteriormente The Walt Disney Company). Versión pública disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliga/verpubpift110319122canxuce.pdf>.

- La provisión y licenciamiento de Canales Restringidos, en cada categoría programática, corresponde a mercados distintos y distinguibles de la provisión y licenciamiento de canales de televisión radiodifundida (que se transmiten en sistemas y plataformas de televisión restringida). Entre otras razones, porque en los canales de televisión radiodifundida no se ofrece programación especializada, como lo hacen los Canales Restringidos.

52. El IFT ha analizado concentraciones de medios con efectos horizontales, verticales y de conglomerado, donde ha identificado posibles riesgos de efectos unilaterales y coordinados. En este sentido, en diversas concentraciones de medios, donde el IFT ha identificado posibles riesgos a la libre competencia y competencia económica en los mercados analizados, ha impuesto condiciones de tipo estructural y/o conductual.

#### 4. Casos de Estudio Relevantes

53. Los siguientes casos de estudio muestran algunas de las condiciones que el IFT ha impuesto en algunas concentraciones de medios.

##### 4.1. Caso de Estudio 1: TFCF Corporation y TWDC Enterprises 18 Corp.

54. El 6 de agosto de 2018, TFCF Corporation (anteriormente Twenty-First Century Fox, Inc., en adelante 21CF) y TWDC Enterprises 18 Corp. (anteriormente The Walt Disney Company, en adelante TWDC, y conjuntamente 21CF, las Partes) notificaron al IFT la concentración consistente en la adquisición por parte de TWDC de activos de 21CF, que incluyó estudios de cine y televisión, canales de televisión restringida y negocios internacionales de televisión (Operación). En los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión en México se identificó que las Partes coincidían en 10 actividades, de donde se identificaron riesgos en los mercados de provisión y licenciamiento de contenidos audiovisuales (canales de programación y paquetes de canales) a proveedores de televisión restringida en las categorías programáticas de Deportes y Fáticos (Mercado Relevante de Deportes y Fáticos respectivamente).

55. En el Mercado Relevante de Deportes, TWDC licenciaba (y licencia actualmente) a proveedores de televisión restringida los canales ESPN, ESPN 2 y ESPN 3 (Canales ESPN),<sup>23</sup> mientras que 21CF licenciaba los canales Fox Sports, Fox Sports 2 y Fox Sports 3 (Canales Fox Sports).<sup>24</sup> El agente económico resultante de la Operación alcanzaría una participación cercana al 80%, mientras que la del competidor más cercano estaría alrededor del 20%,<sup>25</sup> por lo que el IFT identificó riesgos al proceso de competencia y libre competencia en ese mercado, y concluyó, entre otros, que el agente económico resultante de la Operación tendría:

<sup>23</sup> Adicionalmente, TWDC licenciaba (y licencia actualmente) el canal ESPN+, sin embargo, durante el análisis de la Operación, TWDC reportó que ese canal llegaba a una base de suscriptores reducida, y que no tenía una muestra representativa para su medición, por lo que no contaban con información de su audiencia.

<sup>24</sup> Durante el análisis de la Operación, las Partes habían informado al IFT que 21CF había lanzado el canal Fox Sports Premium en México. Sin embargo, ello ocurrió hasta que se logró la desincorporación del Negocio FSM, cuando el comprador de ese negocio lo hizo.

<sup>25</sup> Participación en términos de audiencia para el año 2018.

- La capacidad de incrementar el precio de los Canales ESPN y los Canales Fox Sports y los que en el futuro puedan ofrecer a los proveedores de televisión restringida, sin que exista un competidor que actual o potencialmente tenga la capacidad de contrarrestar dicho poder.
- La capacidad de negar u otorgar en términos y condiciones discriminatorias, o proveer y licenciar de manera exclusiva esos canales, y los que en el futuro pueda ofrecer.
- Un mayor portafolio de contenidos audiovisuales deportivos, e incrementaría su capacidad de adquirir esos derechos de transmisión, lo que incrementaría las barreras a la entrada a nuevos competidores.

56. En el Mercado Relevante de Fáticos, el agente económico resultante de la Operación alcanzaría una participación cercana al 45%, mientras Discovery, el competidor líder en ese momento, tenía una participación similar. El IFT identificó los siguientes riesgos: (a) La Operación le conferiría al agente económico resultante, y considerando a Discovery, poder de mercado, y (b) Se reduciría principalmente a 2 (dos) el número de competidores, con participaciones simétricas. Aumentaría la probabilidad de que puedan coordinarse.

57. En consecuencia, el 11 de marzo de 2019, mediante Acuerdo P/IFT/110319/122 (Resolución),<sup>26</sup> el IFT resolvió autorizar la Operación sujeta al cumplimiento de condiciones estructurales y conductuales para combatir los riesgos identificados en el Mercado Relevante de Deportes y Fáticos, respectivamente. El 15 de marzo de 2019, TWDC y 21CF aceptaron las condiciones establecidas en la Resolución y el 20 de marzo de 2019, cerraron la Operación.

58. La condición estructural impuesta en el Mercado Relevante de Deportes consistió en desincorporar el negocio en marcha (incluyendo la totalidad de sus activos) que corresponde a la producción, provisión y licenciamiento de los Canales Fox Sports a proveedores de televisión restringida en México, así como los servicios relacionados que, entre otros, incluyen los ofrecidos en la modalidad OTT (Negocio FSM), en un periodo de 6 (seis) meses, prorrogable por otro periodo igual (Periodo de Desincorporación). Mientras la desincorporación ocurriera, los activos del Negocio FSM se mantendrían separados, independientes de las Partes, y en condiciones viables, para preservar las condiciones de competencia en el mercado. Si la desincorporación no se lograba en el Periodo de Desincorporación, se afectaría la propiedad del Negocio FSM a un fideicomiso, con el objeto de enajenarlo a un tercero o en su caso, liquidarlo.

59. Para lograr el objeto de las condiciones, se designó a: (i) un Administrador Independiente, para administrar las operaciones del Negocio FSM, de manera separada e independiente de las Partes y en condiciones viables; (ii) un Auditor Independiente, para vigilar, supervisar e informar al IFT sobre el cumplimiento de las condiciones, y (iii) un Agente de Desincorporación, para realizar la venta de manera expedita.<sup>27</sup> Además, en la

<sup>26</sup> Versión pública disponible en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdodoliga/verpubpift110319122canxuce.pdf>.

<sup>27</sup> Las condiciones establecieron criterios de elegibilidad para estos puestos. Entre otros elementos, ser independientes de las Partes, contar con calificaciones y experiencia necesaria y no tener conflicto de interés. Asimismo, debían ejercer las funciones de su encargo con independencia de las Partes, y en colaboración con el IFT y las otras figuras designadas.

Resolución se estableció que los potenciales compradores deberían cumplir con, entre otros, los siguientes requisitos: (a) ser independiente de las Partes; (b) no haber tenido una relación de negocios previa con las Partes que ponga en riesgo el objeto de la desincorporación y/o el proceso de competencia y libre concurrencia en el mercado relevante; (c) contar con capacidad financiera e incentivos para adquirir y operar el Negocio FSM; (d) tener la capacidad y los incentivos para competir de manera independiente, de forma viable y competitiva, y (e) que la adquisición no genere riesgos de competencia económica.

60. El Agente de Desincorporación se designó el 1 de mayo de 2019 y con ello inició el Periodo de Desincorporación. El primer plazo de 6 (seis) meses junto con la prórroga prevista extendió ese periodo al 1 de mayo de 2020.<sup>28</sup> Sin embargo, el 18 de marzo de 2020, previo a la conclusión del Periodo de Desincorporación, y considerando los efectos de la pandemia ocasionada por el virus SARS-CoV2 (COVID-19), las Partes solicitaron al IFT una suspensión a ese periodo (por 3 meses). El IFT otorgó esa suspensión, advirtiendo una notoria imposibilidad de las Partes de atender sus intereses en el proceso de desincorporación y de realizar, en su totalidad, las acciones necesarias para dar continuidad a ese proceso, sin que ello fuera resultado o un hecho o acto atribuible a las mismas, pues se consideró que ello era causado por el impacto y los efectos de la pandemia del COVID-19 en las Partes, y en los posibles compradores.<sup>29</sup>

61. No obstante, el 8 de junio de 2020, previo a la conclusión del primer plazo de suspensión del Periodo de Desincorporación, las Partes solicitaron al IFT: (i) Modifique la condición que establecía que, si la desincorporación no se lograba en el Periodo de Desincorporación, se debía afectar la propiedad del Negocio FSM a un fideicomiso, y (ii) Permita que TWDC mantenga la propiedad y tome el control del Negocio FSM.<sup>30</sup>

---

Además, de conformidad con lo establecido en las condiciones, las Partes son las obligadas a cubrir los costos y contraprestaciones relativos con el nombramiento y contratación de estas figuras, en condiciones que garanticen el efectivo cumplimiento de su encargo y funciones.

<sup>28</sup> Durante este periodo, dos potenciales compradores, AT&T y Fox Corporation, manifestaron interés en adquirir el Negocio FSM. Sin embargo, advirtieron que los ingresos y costos que se le asignaban a su operación no correspondían con un negocio rentable y viable; además, se enfrentaron a una falta de disposición por parte de TWDC y 21CF a negociar términos comerciales para lograr la desincorporación.

Derivado de los efectos de la pandemia del COVID-19, AT&T y Fox Corporation detuvieron las negociaciones con el Agente de Desincorporación y TWDC desde marzo de 2020, y en junio del mismo año, AT&T reiteró su interés en adquirir el Negocio FSM (y presentó una oferta actualizada), mientras que Fox Corporation indicó que ya no estaba interesado en esa adquisición. Las negociaciones con AT&T continuaron hasta finales de julio de 2020, sin embargo, ante la imposibilidad de llegar a acuerdos con TWDC y considerando el periodo que se habían extendido las negociaciones, AT&T retiró su interés de adquirir el Negocio FSM.

<sup>29</sup> Las solicitudes y otorgamiento de suspensiones extendieron el Periodo de Desincorporación al **7 de mayo de 2021**. El 5 de mayo de 2021, el IFT determinó no ampliar la suspensión solicitada por las Partes, pues consideró que las circunstancias ocasionadas por la pandemia de COVID-19 ya eran distintas (se observaba la reanudación de actividades económicas y eventos deportivos, avances en los procesos de vacunación y la posibilidad de realizar actividades laborales -incluidas las negociaciones- de manera remota).

<sup>30</sup> Las Partes sustentaban su solicitud, entre otros, en: (i) La situación financiera del Negocio FSM y los efectos de la pandemia del COVID-19 en sus resultados; (iii) Los esfuerzos de venta del Agente de Desincorporación y de las Partes; (iv) Los posibles resultados del fideicomiso, y (iv) La defensa de la empresa en crisis (*failing firm defense*).

62. Al respecto, el 9 de julio de 2020, mediante Acuerdo P/IFT/EXT/090720/22,<sup>31</sup> el IFT determinó no acordar conforme a la solicitud de las Partes. Además, con base en las manifestaciones hechas por las Partes en su solicitud, el IFT consideró necesario incluir en el Acuerdo P/IFT/EXT/090720/22 diversas precisiones, pues se observaba una interpretación errónea de las Partes a las condiciones establecidas en la Resolución.

63. Uno de los elementos que resultó indispensable precisar para proseguir con el proceso de desincorporación fue que, en cumplimiento de las condiciones, las Partes tenían la obligación de mantener y enajenar el Negocio FSM en términos viables, competitivos e independiente de las Partes, es decir, con una asignación de ingresos que le permita cubrir sus costos, para preservar todos sus activos, así como las condiciones de competencia previas al cierre de la Operación.

64. Lo anterior era consistente con la Resolución y con la situación del Negocio FSM previo al cierre de la Operación, pues independientemente de los criterios que 21CF tenía para asignar ingresos y costos entre sus unidades y, por lo tanto, de los resultados que atribuía a cada unidad, 21CF mantenía la operación del Negocio FSM en términos viables y competitivos, es decir, con ingresos que al menos le permitían cubrir sus costos, pero también como un negocio con una posición líder en el Mercado Relevante de Deportes. Una asignación de ingresos que no cubra sus costos evitaría mantener y enajenar un negocio viable, competitivo e independiente de las Partes, pues evitaría que cuente con recursos suficientes que le permitan siquiera mantener su operación como un competidor independiente.

65. Estos elementos también se observaron durante el primer año del Periodo de Desincorporación, donde los posibles compradores (que revisaron la información relacionada con ese negocio), advirtieron que los ingresos y costos que se le asignaban a su operación no correspondían a un negocio rentable y viable. Esta situación también fue identificada por el Auditor Independiente en el ejercicio de sus funciones.

66. Al respecto, se observó que, antes de la Operación, el Negocio FSM no operaba como una entidad separada en México, sino que formaba parte del negocio completo de 21CF, en el que los ingresos y costos internos estaban significativamente vinculados, considerando contratos de derechos de transmisión de eventos deportivos con alcance panregional, así como contratos que involucran la provisión y licenciamiento de los Canales Fox Sports y otros canales de entretenimiento de 21CF, sin que existiera una tarifa separada para esos canales. No existía una contabilidad separada ni estados de resultados auditados para el Negocio FSM.

67. Considerando estas interrelaciones entre el Negocio FSM y el negocio completo de 21CF, las Partes argumentaban que en la identificación de los activos, costos e ingresos que correspondían al Negocio FSM, y por lo tanto, los que consideraban aceptables para las ofertas de los posibles compradores, utilizaron la práctica histórica que 21CF implementaba en el curso de sus negocios.

68. Sin embargo, esa práctica histórica resultaba en un Negocio FSM con pérdidas excesivas, donde sus ingresos no le permitían cubrir sus costos. Estos resultados no reflejaban adecuadamente el valor del Negocio FSM, quien durante los últimos años se ha mantenido como el líder en el Mercado Relevante de Deportes, en comparación con sus principales competidores. Además de que se observaba un incremento sustancial en sus costos por la adquisición de nuevos derechos de transmisión de eventos deportivos relevantes para México (fútbol). No obstante, las Partes pretendían mantener la práctica histórica que 21CF utilizaba internamente.

---

<sup>31</sup> Versión pública disponible en: [apps.ift.org.mx/publicdata/VP\\_EXT\\_090720\\_22.pdf](https://apps.ift.org.mx/publicdata/VP_EXT_090720_22.pdf).

69. De esta forma, considerando los elementos precisados por el IFT en el Acuerdo P/IFT/EXT/090720/22, y con base en la recomendación del Auditor Independiente, el 27 de julio de 2020, se emitió acuerdo para indicar a las Partes que, para que estar en cumplimiento de las condiciones, debían responder a ofertas de posibles compradores a más tardar en 5 (cinco) días (con asignaciones de ingresos que permitan cubrir costos).

70. Posterior al Acuerdo P/IFT/EXT/090720/22 y el acuerdo del 27 de julio de 2020, y en la medida en que los efectos de la pandemia ocasionada por el COVID-19 se redujeron, se inició un proceso más activo en la presentación de ofertas de potenciales compradores y propuestas y contrapropuestas de las Partes.

71. Así, el 26 de abril de 2021, el Agente de Desincorporación presentó para aprobación del IFT a Grupo Lauman Holding, S.A. de C.V. (Grupo Lauman) como potencial comprador del Negocio FSM. El 14 de mayo de 2021, el IFT concluyó que Grupo Lauman cumplió con los criterios de elegibilidad establecidos en las condiciones. Posteriormente, el 21 de mayo de 2021, el Agente de Desincorporación remitió para aprobación del IFT el contrato final de compraventa firmado por 21CF y Grupo Lauman, y el 27 de mayo de 2021, Grupo Lauman y 21CF notificaron al IFT la concentración que tenía por objeto la adquisición por parte de Grupo Lauman del Negocio FSM (Operación de Desincorporación).<sup>32</sup>

72. El 7 de junio de 2021, mediante acuerdo P/IFT/EXT/070621/11, el IFT resolvió aprobar el contrato final de compraventa y autorizar la Operación de Desincorporación. Finalmente, el cierre de la Operación de Desincorporación ocurrió el 10 de noviembre de 2021, y el 12 de enero de 2022, mediante Acuerdo P/IFT/120122/7, el IFT tuvo por cumplidas por parte de TWDC y 21CF, las condiciones establecidas en la Resolución que aplicaban hasta la fecha de cierre de la Operación de Desincorporación.<sup>33</sup>

## 4.2. Caso de Estudio 2: AT&T Inc. y DIRECTV

73. El 10 de junio de 2014, AT&T Inc. (en adelante AT&T) y DIRECTV notificaron al IFT la concentración consistente en la adquisición indirecta por parte de AT&T de DIRECTV (Operación). Del análisis de la Operación, se identificaron, entre otros, los siguientes elementos:

---

<sup>32</sup> En mayo de 2021, el Agente de Desincorporación también presentó para aprobación del IFT a MediaPro como potencial comprador del Negocio FSM. Sin embargo, considerando que el 14 de mayo de 2021, el IFT concluyó que Grupo Lauman cumplió con los criterios de elegibilidad, y el 21 de mayo del mismo año, el Agente de Desincorporación presentó el contrato final de compraventa firmado por 21CF y Grupo Lauman, MediaPro no pudo continuar en el proceso de adquisición.

Otros potenciales compradores, también manifestaron interés en adquirir el Negocio FSM, sin embargo, debido a que el Agente de Desincorporación no los identificó con la capacidad económica suficiente y/o llegaron tarde al proceso de desincorporación (cuando ya había potenciales compradores, Grupo Lauman y Mediapro, con términos comerciales acordados con TWDC y el Periodo de Desincorporación próximo a concluir), el Agente de Desincorporación les comunicó esa situación, advirtiéndoles que, en caso de que no se lograra la desincorporación con esos potenciales compradores, podrían incorporarse en una etapa posterior del proceso (la del fideicomiso).

<sup>33</sup> Quedando a salvo, entre otras la cláusula de no competencia respecto a canales y contenidos audiovisuales deportivos, así como una cláusula de no reclutamiento de personal, ambas por un periodo de 3 (tres) años posteriores al cierre de la Operación de Desincorporación.

- (a) AT&T en México a través de sus subsidiarias: (i) tenía una participación accionaria de aproximadamente 8% en el capital social de América Móvil, S.A.B. de C.V. (AMX), que le permitía nombrar a 2 miembros del consejo de administración, y (ii) tenía una relación con AMX desde del año 2002 (vigente por más de 10 años).
- (b) DIRECTV en México era propietaria indirectamente del 41% del capital social de Innova, S. de R.L. de C.V. (Sky México), sociedad que participa en la industria de medios, en particular en la provisión del servicio de televisión de paga por satélite. El restante 59% es propiedad del grupo encabezado por Televisa, S.A.B. de C.V. (Grupo Televisa).

74. Durante el análisis de la Operación, se identificaron riesgos que la Operación generaba en mercados relevantes de telecomunicaciones móviles (telefonía, acceso a Internet, mensajes cortos o MMS) y fijas (telefonía y acceso a Internet), así como servicios mayoristas. Los riesgos a la competencia identificados por el IFT y comunicados a AT&T y DIRECTV se trataron de riesgos de coordinación en los mercados relevantes considerando que, por una parte, AT&T participaba en el capital social de AMX y tenía la capacidad de nombrar a integrantes del consejo de administración de esa sociedad y, por la otra, AT&T, por virtud de la Operación, adquiriría una participación indirecta de 41% en Sky México sociedad en la que el socio mayoritario es Grupo Televisa.

75. AMX participaba en los mercados relevantes teniendo participaciones superiores al 50% en la mayoría de las localidades donde participa, mientras que, en general, Grupo Televisa es el segundo competidor en esos mercados, por lo que se consideró que AT&T/Sky México podría haberse convertido en un vehículo de coordinación. Considerando lo anterior, durante el trámite de la concentración correspondiente a la Operación, AT&T aceptó desinvertir su participación en AMX, y retirar a los miembros del consejo de administración que había designado en esta última.

76. Además, a pesar de la desinversión de la participación de AT&T en AMX, se consideró que las relaciones entre AT&T y AMX de más de 10 años, le permitieron a AT&T adquirir y desarrollar contactos con personas con influencia en las decisiones de AMX.

77. Así, el 13 de noviembre de 2014, y considerando que AT&T, durante el trámite de notificación de la concentración correspondiente a la Operación AT&T, desinvirtió sus participaciones en AMX, el Pleno del IFT decidió autorizar la Operación sujeta al cumplimiento de condiciones conductuales (por un periodo de 3 años), encaminadas a solicitar autorización previa del IFT de los actos, contratos, convenios u otros que AT&T celebre con cualquier persona que tenga o pueda tener influencia en las decisiones de AMX, con el objeto de evitar efectos de coordinación.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Versión pública del acuerdo correspondiente disponible en [http://apps.ift.org.mx/publicdata/P\\_IFT\\_EXT\\_131114\\_225\\_Version\\_Publica.pdf](http://apps.ift.org.mx/publicdata/P_IFT_EXT_131114_225_Version_Publica.pdf).

### 4.3. Caso de Estudio 3: Grupo Televisa/TVI

78. El 27 de octubre de 2015, se notificó al IFT una concentración consistente en la adquisición, por parte de Corporativo Vasco de Quiroga, S.A. de C.V. (CVQ), una subsidiaria de Grupo Televisa, del 50% del capital social de Televisión Internacional, S.A. de C.V. (TVI), propiedad de Grupo Multimedios, así como la adquisición de una participación minoritaria por parte de Grupo Multimedios en CVQ y que le daría la facultad de nombrar a un integrante del consejo de administración de esta última.<sup>35</sup>

79. En la operación estaban involucrados Grupo Televisa y Grupo Multimedios, que participan, directa o indirectamente, en la provisión de servicios comerciales de televisión radiodifundida y de radiodifusión sonora. En el primer servicio, el cual incluye los mercados relevantes de distribución minorista de contenidos audiovisuales a través de sistemas de televisión radiodifundida, así como la provisión y venta de tiempos para mensajes comerciales o publicidad a través de sistemas de televisión radiodifundida, esos agentes económicos son los competidores más importantes en el noreste del país, pues Grupo Multimedios tendría una participación de mercado cercana al 20% y Grupo Televisa de alrededor del 50%, en términos de número de estaciones con cobertura en cada localidad.

80. Considerando el vínculo estructural entre Grupo Televisa y Grupo Multimedios en CVQ, así como el posicionamiento que esos agentes tienen en los mercados relevantes, el Pleno del IFT consideró que la concentración generaba riesgos de coordinación en la provisión de servicios en los mercados relevantes en el noreste del país.

81. Así, el 19 de febrero de 2016, el IFT autorizó la operación sujeta a la condición de terminar los vínculos estructurales entre Grupo Televisa y Grupo Multimedios. En particular, esos agentes económicos decidieron que Grupo Multimedios no adquiriría acciones de CVQ ni de sociedades perteneciente al Grupo Televisa, ni tampoco adquiriría derechos para nombrar integrantes del consejo de administración de esas sociedades.

### 4.4. Caso de Estudio 4: AT&T Inc. y Time Warner Inc.

82. El 15 de agosto de 2017 el IFT, dentro del ámbito de sus atribuciones, autorizó, sujeta a condiciones, la adquisición por parte de AT&T Inc. (AT&T), del total de las acciones representativas del capital social de Time Warner Inc. (Time Warner).<sup>36</sup>

83. Time Warner es una empresa estadounidense que produce, programa y comercializa contenidos audiovisuales, en particular, canales de televisión restringida. Por su parte, AT&T presta servicios de telecomunicaciones móviles en México y servicios de televisión restringida satelital, a través de su participación en Sky México, empresa en que es socia con Grupo Televisa.

84. El Pleno del IFT determinó, entre otros elementos, que esta concentración podría generar riesgos de efectos contrarios a la competencia económica y libre concurrencia, debido a que la participación de AT&T en Sky México y su asociación con Grupo Televisa, crearía incentivos a AT&T/Time Warner para: (i) de manera unilateral, impedir el acceso a la provisión y licenciamiento de canales y paquetes de canales de televisión restringida a terceros, diferentes a Sky México y Grupo Televisa, y establecer barreras a la entrada y desplazar a esos terceros en el mercado relacionado de provisión de televisión restringida,

<sup>35</sup> Versión pública del acuerdo correspondiente disponible en [http://apps.ift.org.mx/publicdata/Version\\_Publica\\_P\\_IFT\\_EXT\\_190216\\_7.pdf](http://apps.ift.org.mx/publicdata/Version_Publica_P_IFT_EXT_190216_7.pdf).

<sup>36</sup> Versión pública del acuerdo correspondiente disponible en [http://apps.ift.org.mx/publicdata/VP\\_P\\_IFT\\_150817\\_487.pdf](http://apps.ift.org.mx/publicdata/VP_P_IFT_150817_487.pdf).

y (ii) coordinarse o intercambiar información con Grupo Televisa en la provisión de canales para televisión restringida.

85. El IFT resolvió autorizar la concentración sujeta a condiciones, dirigidas a, entre otras:

- Mantener la independencia, en cuanto a la toma de decisiones y el flujo de información, entre Sky México y Time Warner; y entre HBO Latinoamérica y el resto de AT&T/Time Warner y, por lo tanto, con Sky México. Entre otros elementos, las condiciones buscan evitar la compartición de información relacionada con los contratos de canales de televisión restringida de Time Warner, así como con las estrategias comerciales relacionadas.
- Garantizar que AT&T/Time Warner atienda todas las solicitudes de acceso a sus canales de televisión restringida por parte de terceros proveedores del servicio de televisión restringida, ofreciendo términos y condiciones similares en las negociaciones de solicitudes comparables.

## 5. Conclusiones

86. El IFT como autoridad de competencia económica en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión ha analizado diversas concentraciones de medios, y en algunas de ellas ha identificado la necesidad de imponer condiciones de tipo estructural y/o conductual.