

VERSIÓN PÚBLICA DEL ACUERDO P/IFT/180315/90

DE LA SESIÓN DEL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES EN SU V SESIÓN ORDINARIA DEL 2015, CELEBRADA EL 18 DE MARZO DE 2015.


LEYENDA DE LA CLASIFICACIÓN

Fecha de Clasificación: 18 de marzo de 2015. **Unidad Administrativa:** Secretaría Técnica del Pleno. **Confidencial:** Si, por contener información confidencial; por lo anterior, el 27 de abril de 2015 se elaboró versión pública del Acuerdo P/IFT/180315/90, de conformidad con el segundo párrafo del artículo 43 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental ("LFTAIPG"), 30 de su Reglamento y del Lineamiento Séptimo de los Lineamientos Generales para la clasificación y desclasificación de la información de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal ("Lineamientos Generales").

| Núm. de Resolución | Descripción del asunto | Fundamento legal | Motivación | Secciones Confidenciales |
|--------------------|---|--|---|--|
| P/IFT/180315/90 | Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones emite opinión no favorable; en materia de competencia económica, a la cesión de derechos y obligaciones de la concesión que ampara la operación de la estación de radio comercial con distintivo XHRPR-FM, ubicada en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. | Confidencial de conformidad con los artículos 3 fracción IX, 18 párrafo sexto, 49 primer párrafo y 125 de la Ley Federal de Competencia Económica. | Contiene datos personales e información cuya difusión puede causar daño o perjuicio directo a los involucrados. | Páginas 1, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 20, 35, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 58, 59, 60, 61 y 62. |

Firma y Cargo del Servidor Público que clasifica: Lic. Yaratzet Funes López, Prosecretaría Técnica del Pleno

Fin de la leyenda



PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

RESOLUCIÓN MEDIANTE LA CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES EMITE OPINIÓN NO FAVORABLE EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA A LA CESIÓN DE DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LA CONCESIÓN QUE AMPARA LA OPERACIÓN DE LA ESTACIÓN DE RADIO COMERCIAL CON DISTINTIVO XHRPR-FM, UBICADA EN TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS.

I. ANTECEDENTES

Primero. Con fecha once de junio de dos mil trece se publicó en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el "Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones" (Decreto de Reforma Constitucional), que creó al Instituto Federal de Telecomunicaciones (Instituto) como un órgano autónomo con personalidad jurídica y patrimonio propio, cuyo objeto es el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones conforme a lo dispuesto en la propia Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) y en los términos que fijen las leyes, así como ser autoridad en materia de competencia económica en dichos sectores.

El párrafo cuarto del artículo Séptimo Transitorio del Decreto de Reforma Constitucional, establece que, en tanto no se hubieren realizado las adecuaciones al marco jurídico previstas en el artículo Tercero Transitorio del mismo decreto, el Instituto ejercerá sus atribuciones conforme a lo dispuesto por el Decreto de Reforma Constitucional, y en lo que no se le oponga, en las leyes vigentes en materia de competencia económica, radiodifusión y telecomunicaciones.

Segundo. Con fecha veinte de agosto de dos mil trece, la C. [REDACTED] representante legal de Radiodifusora XERPR-AM, S.A. de C.V. (Promovente), personalidad que tiene debidamente acreditada en el expediente, presentó ante la extinta Comisión Federal de Competencia (CFC) una solicitud de opinión favorable a nombre de su representada (Solicitada), para obtener mediante cesión los derechos y obligaciones de la concesión que ampara la operación de la estación de radio comercial con distintivo XHRPR-FM ubicada en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas (Operación). La Solicitud fue radicada en el expediente OCCP-029-2013 del índice de la CFC.

Tercero. Mediante acuerdo de fecha veintiséis de agosto de dos mil trece, notificado personalmente a la representante legal el tres de septiembre del mismo año, la CFC previno a la Promovente para que presentara información faltante. La Promovente presentó la información faltante en fecha nueve de septiembre de dos mil trece.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

Cuarto. Con fecha diez de septiembre de dos mil trece quedó integrado el Instituto, en términos de lo dispuesto por el artículo Sexto Transitorio del Decreto de Reforma Constitucional, mediante la ratificación, por parte del Senado de la República, de las propuestas realizadas por el titular del Poder Ejecutivo Federal para designar a los Comisionados que integran el Pleno del Instituto, y la designación de su Presidente.

Quinto. Con fecha cuatro de octubre de dos mil trece, la Comisión Federal de Competencia Económica (CFCE), receptora de los recursos humanos y materiales de la CFC, hizo entrega a este Instituto del expediente OCCP-029-2013, en términos del "Acta Administrativa de Entrega - Recepción de la Comisión Federal de Competencia Económica al Instituto Federal de Telecomunicaciones".

Sexto. Mediante acuerdo de fecha dieciséis de octubre de dos mil trece, notificado personalmente a la Promovente el veintitrés de octubre del mismo año, se radicó el expediente OCCP-029-2013 en el libro de gobierno de la Unidad de Competencia Económica de este Instituto bajo el número de expediente E-IFT/UC/OCC/0001/2013 y se turnó a la entonces Dirección General de Concentraciones y Condiciones de Competencia, actualmente Dirección General de Concentraciones y Concesiones para efectos de dar el trámite correspondiente en términos de legislación aplicable.

Séptimo. Mediante acuerdo de fecha veintitrés de octubre de dos mil trece, firmado por el Presidente de este Instituto con fundamento en el artículo 33 bis 1, último párrafo, de la Ley Federal de Competencia Económica publicada en el DOF el veinticuatro de diciembre de mil novecientos noventa y dos, cuya última reforma fue publicada en el DOF el nueve de abril de dos mil doce (LFCE) aplicable a este procedimiento, se amplió el plazo para resolver la Solicitud por ciento veinte días hábiles. Este acuerdo se notificó por lista el día veinticuatro de octubre de dos mil trece.

Octavo. Con fecha veintitrés de mayo de dos mil catorce se publicó en el DOF el "Decreto por el que se expide la Ley Federal de Competencia Económica y se reforman y adicionan diversos artículos del Código Penal Federal", mismo que entró en vigor el siete de julio de dos mil catorce. De acuerdo con lo dispuesto por el artículo Segundo Transitorio de dicho decreto, los procedimientos en trámite a la fecha de su entrada en vigor se sustanciarán conforme a las disposiciones vigentes al momento de su inicio. Al momento del inicio de este procedimiento, la legislación vigente en materia de competencia económica era LFCE.

Noveno. Con fecha catorce de julio de dos mil catorce se publicó en el DOF el "Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman,

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión". De acuerdo con el artículo Sexto Transitorio de dicho decreto, en vigor desde el trece de agosto de dos mil catorce, la atención, trámite y resolución de los asuntos y procedimientos que hayan iniciado previo a su entrada en vigor, se realizará en los términos establecidos en el artículo Séptimo Transitorio del Decreto de Reforma Constitucional.

Décimo. Con fecha cuatro de septiembre de dos mil catorce se publicó en el DOF el Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones (Estatuto), mismo que entró en vigor el veintiséis de septiembre de dos mil catorce y fue modificado mediante acuerdo publicado en el DOF el día diecisiete de octubre de dos mil catorce. El Estatuto dota de competencia a unidades administrativas para ejercer las facultades constitucionales y legales del Instituto, y para ejecutar los procedimientos a su cargo.

En virtud de los Antecedentes referidos y las siguientes

II. CONSIDERACIONES

Primera. Presentación de la Solicitud

La Promovente presentó la Solicitud en términos del artículo 26 de la Ley Federal de Radio y Televisión, publicada en el DOF el diecinueve de enero de mil novecientos sesenta y reformada mediante decreto publicado en el DOF el nueve de abril de dos mil doce (LFRTV). Lo cual ocurrió antes de la entrada en vigor del "Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión".

Al respecto, el artículo 26 de la LFRTV señala lo siguiente:

"Artículo 26. Sólo se autorizará el traspaso de estaciones comerciales y de permisos a entidades, personas físicas o morales, de orden privado o público que estén capacitados conforme esta ley para obtenerlos y siempre que hubieren estado vigentes dichas concesiones y permisos por un término no menor de tres años, que el beneficiario hubiese cumplido con todas sus obligaciones y se obtenga opinión favorable de la Comisión Federal de Competencia."

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

Segunda. Facultades del Instituto y marco jurídico aplicable.

De conformidad con lo dispuesto en los párrafos décimo quinto y décimo sexto del artículo 28 de la CPEUM, reformado mediante el Decreto de Reforma Constitucional, el Instituto es la autoridad en materia de competencia económica en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, por lo que en éstos ejercerá en forma exclusiva las facultades que el artículo constitucional citado y las leyes establecen para la CFCE.

Por lo anterior, el Instituto tiene las atribuciones para emitir opinión en materia de competencia económica, en términos de la LFCE, respecto a la cesión de los derechos y obligaciones de la concesión que ampara la prestación de un servicio de radiodifusión, consistente en la operación de la estación de radio comercial con distintivo XHRPR-FM, ubicada en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Por otra parte, en términos de lo establecido en el artículo Segundo Transitorio del *"Decreto por el que se expide la Ley Federal de Competencia Económica y se reforman y adicionan diversos artículos del Código Penal Federal"*, los procedimientos en trámite a la fecha de su entrada en vigor se sustanciarán conforme a las disposiciones vigentes al momento de su inicio, toda vez que la Solicitud se presentó previo a la entrada en vigor de dicho decreto, la legislación en materia de competencia económica aplicable a la Solicitud es la LFCE, así como en el Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica, publicado en el DOF el doce de octubre de dos mil siete (RLFCE).

El procedimiento aplicable, establecido en el artículo 33 bis 1 de la LFCE, si bien establece un plazo en el que la autoridad debe emitir la resolución correspondiente, no prevé la figura de afirmativa ficta ni la caducidad de sus facultades para actuar. A su vez, el artículo 60 del RLFCE, establece que el Instituto cuidará que los procedimientos no se interrumpan ni se suspendan, para lo cual proveerá lo necesario para que concluyan con la respectiva resolución.

El artículo 26 de la LFRTV establece que los solicitantes de traspasos de concesiones y permisos deben presentar también a este Instituto, como parte de los requisitos, una opinión favorable en materia de competencia económica. Por ello, con el objeto de brindar certeza legal a la Promovente, aún al haber transcurrido en exceso el periodo legal otorgado, esta autoridad emite la resolución.

Por lo tanto, este expediente se tramita y resuelve con fundamento en los artículos 24, fracciones XVI y XIX, 25, último párrafo, y 33 bis 1, de la LFCE; 56, fracción IV, 58, 59 y 60 del RLFCE.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
 OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
 EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
 RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

Tercera. Operación sobre la cual se emite opinión en materia de competencia económica

La Operación sobre la cual se emite opinión en materia de competencia económica consiste en la:

[REDACTED] de los derechos y obligaciones del título de concesión que ampara la operación y explotación de la frecuencia 88.3 MHz en la que opera la estación de radio con distintivo XHRPR-FM, ubicada en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

La Operación no incluye la compraventa de los equipos afectos a la estación.

Las partes involucradas se describen a continuación, en el Cuadro 1.

Cuadro 1. Partes involucradas en la Operación

| Empresa | Actividades | Estructura accionaria titular y participación porcentual | Datos financieros (Pesos) al 31/12/2012 |
|--|--|--|---|
| Radiodifusora XERPR-AM, S.A. de C. V. (Cesionario) | Sociedad constituida en México con el propósito de operar estaciones de radio comerciales. Actualmente no es concesionaria de estaciones de radio. | [REDACTED] | [REDACTED] |
| Radio Celebridad, S.A. (Cedente) | Sociedad constituida en México que es concesionaria y opera estaciones de radiodifusión sonora comerciales. | [REDACTED] | No presentan estados financieros. La empresa se encuentra en suspensión de actividades. |

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

Cuarta. Análisis de la Operación.

Actividades económicas del Cedente

Radio Celebridad, S.A. (Radio Celebridad) es:

- Una sociedad constituida en México cuya actividad principal es la explotación comercial de estaciones de radio; y
- Titular de la concesión con clave RPR-93-II-25-AM que ampara la operación de la estación de radio objeto de cesión. Las características de dicha estación se indican en el Cuadro 2.

Cuadro 2. Características principales de la estación objeto de la Operación

| Concesión | Estación | Frecuencia | Potencia | Banda | Ubicación |
|-----------------|----------|------------|----------|-------|-------------------------|
| RPR-93-II-25-AM | XHRPR | 88.3 MHz | 25 kW | FM | Tuxtla Gutiérrez, Chis. |

El Cedente es concesionario de otra estación de radio que no es parte de la cesión, la cual se describe en el Cuadro 3.

Cuadro 3. Características principales de la estación controlada por la Cedente

| Estación | Frecuencia | Potencia | Banda | Ubicación |
|----------|------------|----------|-------|--------------------------|
| XHPAB | 98.3 MHz | 25 kW | FM | La Paz, Baja California. |

De acuerdo con información pública contenida en la dirección de Internet http://radiatorama.com/secciones.php?ent_id=59&sec_id=3, el C. [REDACTED]

[REDACTED] es socio fundador y uno de los actuales propietarios de Radiorama, S.A. de C.V. (Radiorama).¹ Esta persona física es el accionista con el mayor número de acciones del Cedente.

Por lo anterior, se concluye que Radio Celebridad que es la estación objeto de cesión está vinculada a través de uno de sus accionistas, el C. [REDACTED] con Radiorama.

¹ Existen criterios jurisprudenciales que establecen que se consideran hechos notorios los datos publicados en documentos o páginas situados en redes informáticas. En relación con lo anterior véase la tesis con rubro "PÁGINAS WEB O ELECTRÓNICAS. SU CONTENIDO ES UN HECHO NOTORIO Y SUSCEPTIBLE DE SER VALORADO EN UNA DECISIÓN JUDICIAL (Semanao Judicial de la Federación y su Gaceta, Libro XXVI, Tómo 2, noviembre de 2013, Tesis: I.3º.C.35K (10a.), Régistro: 2004949, p. 1373).

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

Actividades económicas del Cesionario

Radiodifusora XERPR-AM, S.A. de C.V. es una sociedad constituida en México con el objeto de operar estaciones de radio comerciales. Actualmente no posee concesión alguna para tales fines.

Sobre la estación objeto de la cesión, el Cesionario señala que:

"Actualmente la sociedad (Cesionario), por no tener la autorización de reconocimiento de concesionaria, realiza las siguientes acciones:

- a) *Coordina la comercialización de los tiempos de la estación*
- b) *Produce programas de radio para ser utilizados en la radiodifusora*
- c) *Adquiere equipos necesarios para la correcta operación de la estación*
- d) *Cumple las obligaciones de la concesionaria."*

Además, como se señala en el Cuadro 1, Radio Celebridad, S.A. que es la persona moral titular de la concesión se encuentra en suspensión de actividades.

El Cesionario, si bien no es titular de la concesión, participa en las operaciones de la estación de radio comercial abierta con distintivo XERPR-AM, para la cual produce los programas, comercializa espacios publicitarios y cumple las obligaciones correspondientes.

Los accionistas de Radiodifusora XERPR-AM, S.A. de C.V. son las [REDACTED] personas físicas:

Por otra parte, la [REDACTED] controla diversas sociedades operadoras y algunas de ellas concesionarias de estaciones de radio a través de Organización Radiofónica Mexicana, S.A de C.V. (ORM), cuya estructura accionaria se describe en el Cuadro 4.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
 OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
 EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
 RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

Cuadro 4. Estructura accionaria de ORM

| Sociedad | Estructura accionaria Titulares y participaciones | Actividades |
|--|--|---|
| Organización Radiofónica Mexicana, S.A. de C.V. | [REDACTED] | Realiza las funciones de corporativo de las sociedades controladas por la Familia Quiñonez que operan estaciones de radio. Asimismo representa legalmente y comercialmente a dichas sociedades. |

De acuerdo con la información contenida en el expediente en que se actúa, la [REDACTED] sociedades, todas representadas por ORM, las que se enlistan en el Cuadro 5.


Cuadro 5. Estaciones controladas por ORM

| Sociedad | Estructura Accionaria | Estaciones que opera | Localidad |
|---|-----------------------|---|-----------------|
| Radiodifusora XEFA-AM, S.A. de C.V. | [REDACTED] | No es concesionaria de estaciones de radio. | |
| Radiodifusora XEAFQ-AM, S.A. de C.V. | [REDACTED] | No es concesionaria de estaciones de radio. | |
| Radiodifusora XEGB-AM, S.A. de C.V. | [REDACTED] | XEGB-AM, 960 kHz XHGB-FM, 103.5 MHz | Nanchital, Ver. |

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
 OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
 EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
 RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

| Sociedad | Estructura Accionaria | Estaciones que opera | Localidad |
|--------------------------------------|-----------------------|---|-------------------------|
| Radiodifusora XEMI-AM, S.A. de C.V. | | XEMI-AM, 1070 kHz XHEMI-FM, 105.7 MHz | Cosoleacaque, Ver. |
| Radiodifusora XETAP-AM, S.A. de C.V. | | XETAP-AM, 960 kHz XHTAP-FM, 98.7 MHz | Tapachula, Chis. |
| Radiodifusora XEKQ-AM, S.A. de C.V. | | XEKQ-AM, 680 kHz XHKQ-FM, 93.1 MHz | Tapachula, Chis. |
| Radiodifusora XELM-AM, S.A. de C.V. | | XELM-AM, 1240 kHz XHLM-FM, 105.9 MHz | Tuxtla Gutiérrez, Chis. |
| Radiodifusora XETAK-AM, S.A. de C.V. | | No es concesionaria de estaciones de radio. | |
| Radiodifusora XEOA-AM, S.A. de C.V. | | XEOA-AM, 570 kHz XHEOA-FM, 94.9 MHz | Oaxaca, Oax. |
| Radiodifusora XEYN-AM, S.A. de C.V. | | No es concesionaria de estaciones de radio. | |

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
 OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
 EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
 RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

| Sociedad | Estructura Accionaria | Estaciones que opera | Localidad | |
|---|---|--|---|---------------------|
| Radiodifusora XHOQ-FM, S.A. de C.V. |  | Concesionaria de estaciones de radio a través de Promociones Radiofónicas Culturales, S.A. | | |
| Promociones Radiofónicas Culturales, S.A. | | XHOQ-FM, 100.1 MHz | Oaxaca, Oax. | |
| Radiodifusora XEKZ-AM, S.A. de C.V. | | XEKZ-AM, 610 kHz XHKZ-FM, 98.1 MHz | Tehuantepec, Oax. | |
| Radiodifusora XERS-AM, S.A. de C.V. | | XERS-AM, 1380 kHz XHERS-FM, 104.3 MHz | Gómez Palacio, Dgo. | |
| Radiodifusora XEGZ-AM, S.A. de C.V. | | XEGZ-AM, 790 kHz XHGZ-FM, 99.5 MHz | Gómez Palacio, Dgo. | |
| Radiodifusora XEYD-AM, S.A. de C.V. | | | No es concesionaria de estaciones de radio. | |
| X.E.T.J., S.A. de C.V. | | | XETJ-AM, 570 kHz XHTJ-FM, 94.7 MHz | Gómez Palacio, Dgo. |

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
 OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
 EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
 RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

| Sociedad | Estructura Accionaria | Estaciones que opera | Localidad |
|-------------------------------------|-----------------------|--|---------------------|
| Radiodifusora XEBP-AM, S.A. de C.V. | | XEBP-AM, 1450 kHz XHBP-FM, 90.3 MHz | Gómez Palacio, Dgo. |
| Radiodifusora XEDN-AM, S.A. de C.V. | | Concesionaria de estaciones de radio a través de Difusoras del Norte, S.A. | |
| Difusoras del Norte, S.A. | | XEDN-AM, 600 kHz XHDN-FM, 101.1 MHz | Gómez Palacio, Dgo. |
| Radiodifusora XEVK-AM, S.A. de C.V. | | Concesionaria de estaciones de radio a través de Emisoras de Torreón, S.A. | |
| Emisoras de Torreón, S.A. | | XEVK-AM, 1010 kHz XHVK-FM, 106.7 MHz | Gómez Palacio, Dgo. |
| Radiodifusora XEBF-AM, S.A. de C.V. | | Concesionaria de estaciones de radio a través de Radio Coahuila, S.A. | |

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
 OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
 EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
 RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

| Sociedad | Estructura Accionaria | Estaciones que opera | Localidad |
|--------------------------------------|-----------------------|---|----------------------------------|
| Radio Coahuila, S.A. | | XEBF-AM, 1150 kHz XHBF-FM, 98.3 MHz | San Pedro de las Colonias, Coah. |
| Radiodifusora XEMK-AM, S.A. de C.V. | | XEMK-AM, 930 kHz XHMK-FM, 104.3 MHz | Huixtla, Chis. |
| Radiodifusora XEKY-AM, S.A. de C.V. | | XEKY-AM, 1280 kHz XHKY-FM, 97.1 MHz | Huixtla, Chis. |
| Radiodifusora XEIO-AM, S.A. de C.V. | | XEIO-AM, 840 kHz XHIO-FM, 91.1 MHz | Tuxtla Gutiérrez, Chis. |
| Radiodifusora XERPR-AM, S.A. de C.V. | | No es concesionaria de estaciones de radio. | |
| Radiodifusora XEUE-AM, S.A. de C.V. | | XEUE-AM, 580 kHz XHUE-FM, 99.3 MHz | Tuxtla Gutiérrez, Chis. |
| Radiodifusora XETUG-AM, S.A. de C.V. | | Concesionaria de estaciones de radio a través de Espectáculo Auditivo, S.A. | |

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
 OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
 EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
 RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

| Sociedad | Estructura Accionaria | Estaciones que opera | Localidad |
|--------------------------------------|-----------------------|---|---------------------------------------|
| Espectáculo Auditivo, S.A. | | XETUG-AM, 950 kHz XHTUG-FM, 103.5 MHz | Tuxtla Gutiérrez, Chls. |
| Radiodifusora XEREC-AM, S.A. de C.V. | | Concesionaria de estaciones de radio a través de Radio Olín, S.A. | |
| Radio Olín, S.A. | | XEREC-AM, 940 kHz XHREC-FM, 104.9 MHz | Miguel Hidalgo, Primera Sección, Tab. |
| Radiodifusora XEVHT-AM, S.A. de C.V. | | No es concesionaria de estaciones de radio. | |
| Radiodifusora XHTR-AM, S.A. de C.V. | | Concesionaria de estaciones de radio a través de Radio Teponaztli, S.A. | |
| Radio Teponaztli, S.A. | | XHTR-FM, 92.5 MHz | Villahermosa, Tab. |

Fuente: Fojas 60 y 153 del expediente OCC-001-2013.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
 OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
 EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
 RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

Por su parte, con la información disponible, se observa que el C. [REDACTED] hermano de la C. [REDACTED] cuenta con distintas concesiones para prestar el servicio de radio comercial en las siguientes localidades:

Cuadro 6. Estaciones del C. Carlos de Jesús Quiñonez Armendáriz

| Localidad | Distintivo | Banda | Frecuencia MHz |
|---------------------------|------------|-------|----------------|
| Morelia, Michoacán | XHLIA | FM | 93.1 |
| Morelia, Michoacán | XHI | FM | 100.9 |
| Ciudad Obregón, Sonora | XHGON | FM | 92.9 |
| Hermosillo, Sonora | XHEDJL | FM | 89.7 |
| Hermosillo, Sonora | XHEPB | FM | 93.1 |
| Hermosillo, Sonora | XHVS | FM | 96.3 |
| Santa Ana, Sonora | XHAB | FM | 98.7 |
| Tuxtla Gutiérrez, Chiapas | XHKR | FM | 96.9 |
| Tapachula, Chiapas | XHMX | FM | 97.9 |

Fuente: Infraestructura de estaciones FM, disponible en: <http://www.ift.org.mx/iftweb/industria-intermedia/unidad-de-sistemas-de-radio-y-television/tramites-y-servicios/infraestructura-de-estaciones/>, y expedientes OCC-001-2013 y OCC-007-2013

Ingresos del Cesionario

Con base en información proporcionada por el Cesionario, de los ingresos obtenidos de la venta de espacios publicitarios a través de las estaciones que controla en el estado de Chiapas, [REDACTED] proviene de clientes locales; y, el restante [REDACTED] (diez por ciento) proviene de clientes nacionales que se anuncian localmente.

En el Cuadro 7 se presentan los principales clientes de ORM, con base en los ingresos obtenidos por la venta de espacios publicitarios en el estado de Chiapas.

Cuadro 7. Principales clientes de ORM en Chiapas

| Clientes Locales (90%) | Clientes Nacionales (10%) |
|------------------------|---------------------------|
| [REDACTED] | [REDACTED] |
| [REDACTED] | [REDACTED] |
| [REDACTED] | [REDACTED] |
| [REDACTED] | [REDACTED] |
| [REDACTED] | [REDACTED] |
| [REDACTED] | [REDACTED] |
| [REDACTED] | [REDACTED] |
| [REDACTED] | [REDACTED] |
| [REDACTED] | [REDACTED] |
| [REDACTED] | [REDACTED] |

Fuente: Foja 149 del expediente OCC-001-2013.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

La distribución de los ingresos obtenidos de la venta de publicidad refleja que las estaciones de radio sirven principalmente a la demanda de anunciantes locales; y, en menor medida, a los anunciantes nacionales que buscan medios de publicidad sonora con cobertura en la localidad o conjunto de localidades en las que ofrecen sus bienes o servicios.

Consideraciones en materia de competencia

De conformidad con lo establecido en el artículo 33 bis 1 de la LFCE, la opinión en materia de competencia económica que emita el Instituto respecto de una cesión, son aplicables en lo conducente, los artículos 17 y 18 del mismo ordenamiento.

El artículo 17 de la LFCE establece que se debe analizar y determinar si el acto o tentativa tiene por objeto o efecto disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre concurrencia respecto de bienes o servicios iguales, similares o sustancialmente relacionados; y, en su caso, impugnar y sancionar las operaciones que resulten o puedan resultar contrarias a la competencia y la libre concurrencia. A su vez, el artículo 18 de la LFCE aplicable a la Solicitud, establece los elementos relevantes para llevar a cabo el análisis en materia de competencia económica.

A continuación se presenta el análisis del objeto o efecto de la Operación en los mercados y se evalúa si conflere o puede conferir al cesionario poder para fijar precios unilateralmente o restringir sustancialmente la oferta sin que sus competidores puedan contrarrestarlo; desplazar a otros agentes económicos o impedirles el acceso al mercado relevante; o llevar a cabo alguna o algunas de las prácticas monopólicas descritas en la LFCE.

Definición del mercado relevante

El artículo 18, fracción I, de la LFCE ordena considerar como elemento de análisis el mercado relevante:

"Artículo 18. Para determinar si la concentración debe ser impugnada o sancionada en los términos de esta Ley, la Comisión deberá considerar los siguientes elementos:

I. El mercado relevante, en los términos prescritos en el artículo 12 de esta Ley.

(...)"

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

En correlación con el artículo 18, fracción I de la LFCE, el artículo 12 de la LFCE, en la fracción I, a su vez, señala lo siguiente:

"Artículo 12.- Para la determinación del mercado relevante, deberán considerarse los siguientes criterios:

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

El Cedente y el Cesionario coinciden en la prestación de servicios de radio comercial abierta en la banda de frecuencia modulada (FM). Estos servicios involucran la transmisión de contenidos a través de estaciones de radio, lo que permite a los operadores generar audiencias y vender espacios para publicidad.

De manera general, los medios de comunicación, como el de radio comercial abierta, son considerados como mercados de dos lados (*two sided markets*, en inglés). Un mercado de dos lados es aquél en el que dos grupos distintos de consumidores o usuarios que interactúan a través de una plataforma que provee bienes o servicios a ambos grupos, y las decisiones de un grupo afectan los resultados del otro grupo, generalmente a través de una externalidad.³ En los mercados de dos lados, el nivel y la estructura de los precios constituyen el mecanismo para incentivar a ambos grupos de consumidores o usuarios a unirse o adoptar la plataforma.⁴

La radio comercial abierta constituye un mercado de dos lados, pues existen dos grupos de usuarios, los radioescuchas y los anunciantes, quienes interactúan a través de la transmisión de las señales de radio y, a través de esta plataforma, el valor que el grupo de anunciantes deriva de un lado de la plataforma (i.e. los espacios publicitarios que se insertan en la programación de la señal de radio transmitida) aumenta con el número de radioescuchas en el otro lado de la plataforma (i.e. los niveles de audiencia) en el

³ Bardey David y Meléndez Marcela, La economía de los mercados de dos lados: aplicación al análisis de las tarjetas de pago en Colombia, Universidad de los Andes, Facultad de Economía, Septiembre de 2012.

⁴ Existen tres elementos fundamentales en un mercado de dos lados. El primero es la existencia de dos grupos de consumidores, que de alguna forma se necesitan mutuamente y una plataforma intermedia las transacciones entre éstos. El segundo elemento es la existencia de externalidades entre los grupos de consumidores, esto es, el valor por la plataforma que percibe un usuario de un lado, se incrementa conforme se incrementa el número de usuarios del otro lado.

El tercer elemento es que no hay neutralidad en la estructura de precio. La plataforma puede afectar el volumen de las transacciones estableciendo un mayor precio a un lado del mercado y reduciéndolo en el otro lado. Para mayor referencia ver Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE); *Two-Sided Markets*; Policy Roundtables; 2009. Disponible en: <http://www.oecd.org/daf/competition/44445730.pdf>.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

otro lado de la plataforma, pues así los anunciantes logran transmitir la información publicitaria a un mayor número de posibles compradores. Al mismo tiempo, los radioescuchas que eligen una señal de radio, obtienen un valor de la programación diseñada y transmitida en forma gratuita por el proveedor del servicio, que se financia por la venta de publicidad, por parte del mismo proveedor, a los anunciantes.

Así, en la radio comercial abierta, los proveedores del servicio compiten por dos grupos de consumidores: los radioescuchas y los anunciantes. Si bien los proveedores obtienen ingresos sólo del grupo de los anunciantes, el valor de los espacios publicitarios depende del número de radioescuchas del servicio, quienes reciben la publicidad y constituyen compradores potenciales de los anunciantes.⁶

Debido a esta relación entre los dos grupos de usuarios del servicio, el precio de los espacios publicitarios que se transmiten en la radio comercial abierta está directamente relacionado con el número de radioescuchas de la señal.

Lo anterior cobra relevancia a la hora de determinar el mercado relevante. En particular, es necesario analizar si existen sustitutos tanto para los radioescuchas como para los anunciantes en la provisión de servicios de radio comercial abierta.

Radioescuchas

Las estaciones de radio comercial abierta ofrecen una programación a los radioescuchas, la cual diseñan y transmiten para aumentar sus niveles de audiencia. La programación puede incluir contenidos musicales, de noticias, culturales, etc. Así, la radio comercial abierta es un medio de comunicación que provee información, de diversa índole, de acceso gratuito para los radioescuchas.

La principal característica de este tipo de servicio radica en que los usuarios no necesitan utilizar el sentido de la vista para su consumo y tampoco deben permanecer en un solo lugar. De esta manera, el consumo de este servicio puede realizarse mientras se hace algún otro tipo de actividad o se está en movimiento.

Estas características hacen que los servicios de radio se diferencien de servicios como el de televisión (audiovisuales) u otros medios de comunicación (ej. impresos), que aun cuando ofrecen servicios de entretenimiento y de acceso gratuito a la información,

⁶ Ver reporte de la Comisión de Competencia de la Comisión Europea, titulado "Global Radio Holdings Limited and GMG Radio Holdings Limited".

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

desde el punto de vista de los usuarios, no son sustitutos del servicio de radiodifusión sonora.

Anunciantes

Los anunciantes dedican un presupuesto fijo para gasto en publicidad para promocionar bienes o servicios frente a las audiencias que constituyen sus grupos de consumo objetivo. Dependiendo de sus necesidades para publicitarse, los anunciantes asignan o pueden utilizar diversos medios de comunicación para presentar la información sobre el producto o servicio que pretende comercializar a las audiencias de esos medios.

Entre los medios de comunicación que comercializan espacios publicitarios se encuentran la televisión abierta y de paga, radio/abierta y de paga, revistas, periódicos y anuncios exteriores, internet, entre otros. Cada medio de publicidad tiene alcances y grado de efectividad que los diferencian de otro medio. La sustitución de un medio de publicidad por otro distinto está determinada por sus respectivas efectividades, y alcances para transmitir el mensaje publicitario a las audiencias y las demandas agregadas de los anunciantes. Estos medios pueden considerarse complementarios para los anunciantes que diseñen una campaña publicitaria que integre distintos medios publicitarios.⁶

Entre los medios de publicidad, el servicio de radio comercial abierta constituye un mercado relevante separado, debido a las siguientes características:

- 1) Tiene una alta relación efectividad-costo⁷ respecto a la población objetivo que cubre,
- 2) Tiene una amplia cobertura y medios de acceso abierto a través de equipos portátiles y de bajo costo para las audiencias, por lo que alcanza sectores de la población que no alcanzan otros medios, y
- 3) Los espacios publicitarios pueden comercializarse en el ámbito local.

Por lo anterior, la radio comercial abierta es un medio que constituye un servicio publicitario distinto al que ofrecen en otros medios.

⁶ Información pública disponible en la página de Internet de la CFC, disponible en: <http://www.cfc.gob.mx:8080/cfcre resoluciones/Docs/Concentraciones/V387/30/1492913.PDF>.

⁷ Existe evidencia internacional de que la radio tiene 60% de la efectividad que tiene la televisión para impulsar una campaña publicitaria en una audiencia de personas de entre 16 y 44 años de edad, siendo su costo, en promedio, 15% el costo de la televisión, lo que lo hace un medio con una alta relación efectividad-costo: Mihir Dash y Prithvi B.J.; *Comparative Effectiveness of Radio, Print and Web Advertising*; School of Business, Alliance University.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

En relación con lo anterior, existen características particulares de los medios de comunicación que los hacen diferenciables para los anunciantes, considerándolos como productos complementarios más que sustitutos como se describe más adelante.

Televisión

- Es el medio, a través del cual se puede ofrecer un alcance a nivel nacional.
- Tiene la posibilidad de combinar imágenes con audio, por lo que el mensaje transmitido puede ser mucho más claro y, al tener impacto visual, aumenta las posibilidades de ser recordado.
- Los televidentes requieren estar atentos a la programación transmitida y limita las posibilidades de realizar otras actividades o desplazarse mientras ven la televisión. La televisión requiere de atención al aparato receptor de las señales de televisión.
- El mensaje de la TV puede llegar sin que su receptor esté conscientemente buscándolo.
- Llegó a un gran número de personas con facilidad.
- A través de la televisión se transmiten los contenidos de mayor impacto y costo de producción, por lo cual este medio tiene los mayores precios de publicidad en la industria.
- Por lo anterior, las tarifas de las inserciones publicitarias son altas y resultan costosas para pequeños anunciantes, ya que para anunciarse en televisión se tiene que producir el comercial, o contratar a un productor.

Radio

- El contenido y los anuncios publicitarios que forman parte de una señal de radiodifusión sonora pueden ser escuchados en prácticamente cualquier lugar dentro del área de cobertura de la señal transmitida.
- Las audiencias pueden realizar otras actividades mientras escuchan la radio. La radio, a diferencia de la televisión y la prensa, no requiere dedicación de tiempo específico por parte de sus usuarios finales.
- La radio ofrece a los anunciantes precios más bajos que los precios de espacios publicitarios en otros medios, como la televisión; así como una mayor diversidad de contenidos que permiten alcanzar a un mayor número de segmentos de audiencias objetivo, en consecuencia la radio tiene alta relación efectividad-costo respecto a la población objetivo que alcanza.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

- El mensaje de la radio puede llegar sin que su receptor esté conscientemente buscándolo. El oyente no tiene que estar pendiente para escuchar su mensaje.
- Tiene un excelente alcance en públicos locales y regionales ya que la cobertura de la radio permite la selección geográfica por grupo de enfoque, los oyentes están concentrados en el área definida por la señal de la estación. En relación con lo anterior, de acuerdo con la información presentada por las partes involucradas, [REDACTED] de los ingresos obtenidos por las estaciones que opera el Cesionario provienen de clientes locales demandantes de espacios publicitarios.
- Tiene un importante grado de segmentación de audiencia al contar con una amplia gama de emisoras con diversos géneros musicales o noticiosos. En este sentido, la radio es un medio más efectivo para segmentar a la audiencia que por ejemplo, la televisión y los periódicos.
- La radio ofrece inmediatez y tiene un atractivo local. Se pueden enlazar los mensajes a los eventos locales o al estado del tiempo, para dar énfasis en la relevancia del mensaje.

Periódico

- Utiliza la comunicación visual escrita para presentar sus contenidos a sus usuarios.
- Su población objetivo son audiencias muy específicas. Se dirigen principalmente a informar sobre noticias, y tiene poca penetración en segmentos de corta edad como los adolescentes y niños.⁸
- Pueden distribuirse en forma impresa o electrónica. Los medios impresos dependen de una red de distribución física que pueda ponerlos a disposición del público con la periodicidad necesaria (ej. diaria, semanal u otra). Por ello, los periódicos impresos se enfocan en zonas geográficas específicas que, en general, corresponde a algunas de las principales localidades del país.

Por su parte, los formatos electrónicos están disponibles para los usuarios con acceso a Internet, lo cual exhibe niveles bajos de penetración. Los servicios de acceso a Internet tienen baja penetración, con relación a la alta penetración del servicio de televisión y radio. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) reporta que en dos mil trece, 30.7% (treinta punto siete por ciento) de los hogares en México tenía una conexión a Internet, mientras que 94.9% (noventa y cuatro

⁸ A manera de ejemplo, en Estados Unidos, de acuerdo con la Asociación de Diarios de América (NAA, por sus siglas en inglés), el periódico impreso es leído especialmente por personas mayores de 35 años. Prosser Marc y Waring David; *Radio, Television, and Newspaper Advertising*; Creative Commons; 2013.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

punto nueve por ciento) de los hogares recibía el servicio televisión, por su parte, en promedio 73.35 (setenta y tres punto tres por ciento) de los hogares en México cuentan con un aparato receptor de radio.

Tarifas

En materia de tarifas de los espacios publicitarios de la radio y los demás medios de comunicación exhiben diferencias significativas.

Las tarifas por anunciarse en los distintos medios de comunicación varían dependiendo la cantidad y el tipo de espectadores a los que pueden llegar los anuncios publicitarios. La cantidad de espectadores se encuentra, a su vez, asociada con la cobertura que cada medio pueda alcanzar. El volumen y el perfil de espectadores están asociados con el contenido que cada medio de comunicación puede presentar a las audiencias. La oferta comercial de Grupo Televisa, S.A.B. ilustra esta relación. Con información de su reporte anual de dos mil trece, se estima que la señal denominada "El Canal de las Estrellas" (Canal 2) llega aproximadamente a noventa y ocho punto cuatro por ciento (98.4%) de los telehogares del país. Es esta amplia cobertura y su contenido programático le permite acceder a distintos grupos de audiencias (i.e. diversos grupos objetivo para los anunciantes). Así, como se muestra en el Cuadro 8, Grupo Televisa, S.A.B. puede establecer tarifas más altas en esta señal, en comparación con otras señales propias (i.e. Canal 5 y Foro TV) que registran menores niveles de penetración.

Las tarifas aplicables a anuncios (spots) publicitarios en radio y televisión se expresan en términos del tiempo que dura su transmisión en la señal radiodifundida.

Por otra parte, la estructura de los espacios publicitarios en los periódicos depende de la página (par o impar), sección (ej. primera plana, deportes o internacional), día y tamaño del anuncio. La unidad de medida para establecer las tarifas difiere significativamente de la empleada en los servicios de radio y televisión, por lo que las tarifas del periódico no son comparables con las del servicio de radio comercial involucrado en la Operación que se analiza.

A continuación se presentan tarifas promedio por spot publicitario para distintos medios de comunicación. Se incluyen las tarifas para anuncios publicitarios en periódicos impresos, a manera de referencia.

Cuadro 8. Tarifas⁹ promedio para distintos medios de comunicación

| Medio | | Tarifa Promedio (pesos) |
|------------|-------------------------------------|-------------------------|
| Televisión | Canal de las Estrellas ¹ | 505,564 |
| | Canal 5 ¹ | 193,045 |

⁹ Información presentada en ofertas públicas.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XÉRPR-AM, S.A. DE C.V.

| Medio | | Tarifa Promedio (pesos) |
|------------------------|----------------------------------|-------------------------|
| | Foro TV ¹ | 73,101 |
| Radio ² | Cd. de México ³ | 3,630 |
| | Paquetes Nacionales ⁴ | 10,800 |
| | Otras Localidades ⁵ | 362 |
| Periódico ⁶ | Excélsior | 164,700 |
| | El Universal | 198,800 |
| | La Jornada | 119,680 |

Notas:

1. Tarifas promedio por spot de veinte segundos para el cuarto trimestre del año dos mil catorce.
2. Se consideraron tarifas por spots publicitarios con duración de veinte segundos.
3. Se tomó en cuenta información de las estaciones comerciales FM de Grupo ACIR (Mix 106.5 FM, Radio Disney 99.3 y Amor 95.3).
4. Se consideraron paquetes ofrecidos por estaciones de radio afiliadas a Grupo Radiocentro y a Grupo ACIR. A manera de ejemplo, el paquete de Grupo Radiocentro corresponde a cuarenta y dos emisoras y treinta y siete localidades.
5. Para el promedio se utilizó información de las localidades de Aguascalientes, Cuernavaca, Guadalupe Lázaro Cárdenas, Monterrey, Piedras Negras, Puebla, Saltillo, San Luis Potosí, Tijuana y Villahermosa.
6. Las tarifas que se muestran no son promedio y corresponden a una página del periódico (plana) que no es primera plana, en una página impar.

Fuente: Elaboración propia con base en información pública disponible en las siguientes páginas:

<https://televisa.plancomercial.com/wp-content/uploads/2015/01/Tarifas-de-Referencia-TV-Ablerta-16-01->

<http://www.acircomercial.com.mx/valledemexico/tarifas.pdf>

<http://oir.mx/>

<http://periodicoexcelsior.com.mx/t13.pdf>

<http://anunciantes.eluniversal.com/images/pdfs/Mayo2014.pdf>

<http://www.jornada.unam.mx/tarifas/impresatarifas.html>

De la información del Cuadro 8, se observa que las tarifas indicadas en ofertas públicas, por spot publicitario de radio son sustancialmente menores que las tarifas para televisión, o incluso para periódico.

De esta manera, por las características de penetración, segmentación, precio, alcance, tipo de audiencia o población objetivo, entre otras, los servicios de televisión, radio y periódico no son sustitutos frente a los usuarios de espacios publicitarios (i.e. anunciantes).

Los anunciantes que contratan espacios publicitarios en radio tienen por objeto acceder a las audiencias que contengan o coincidan con los grupos objetivo de los bienes o

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

servicios que comercializan, que no podrían cubrir con otros medios con la misma relación efectividad-costo. Por ende, el servicio de radio comercial abierta constituye un servicio relevante que no tiene sustitutos debido a las características específicas de costos y acceso a los radioescuchas, así como la audiencia específica de este medio.¹⁰

Los elementos identificados permiten concluir que los servicios ofrecidos a través de otros medios de comunicación que comercializan espacios publicitarios, como la televisión, las revistas o periódicos, no constituyen sustitutos de los servicios de radio comercial abierta.

Por otro lado, de acuerdo con el artículo 13 de la LFRTV vigente al inicio de este procedimiento, existen dos formas de operar una estación de radio, ya sea con una concesión o con un permiso.¹¹ Las características de cada autorización se analizan en el inciso a) siguiente. Asimismo, la radio comercial abierta concesionada se puede prestar en la banda de espectro radioeléctrico de Amplitud Modulada (AM) o en la de Frecuencia Modulada (FM).

a) Radio concesionada y radio permitida.

Con relación a las estaciones de radio que son concesionadas y permitidas, se tiene que las primeras se otorgan para la prestación del servicio de radio comercial abierta. Por su parte, los permisos habilitan la prestación del servicio de radio cultural abierta.¹²

Las estaciones que operan al amparo de permisos no pueden comercializar espacios publicitarios en sus señales radiodifundidas, así su ámbito de actividades es distinto al de las estaciones concesionadas quienes sí pueden realizar esa actividad al amparo de sus títulos de concesión.¹³

¹⁰ En algunos estudios se ha señalado la función complementaria de las campañas publicitarias de radio con otros medios, por ejemplo, la Televisión. Green Andrew; *Understanding Radio Audiences*; Warc Best Practices; Agosto de 2011.

¹¹ El artículo 13 de la LFRTV se señala que "Las estaciones comerciales requerirán concesión. Las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios, sólo requerirán permiso." (Énfasis añadido).

El Decreto que expide la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, publicado en el DOF el catorce de julio de dos mil catorce señala en el artículo Segundo Transitorio que se abrogan la Ley Federal de Telecomunicaciones y la LFRTV (...). No obstante en su artículo Sexto Transitorio dispone que la atención, trámite y resolución de los asuntos y procedimientos que hayan iniciado previo a la entrada en vigor del Decreto, se realizará en los términos establecidos en el artículo Séptimo Transitorio del Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de telecomunicaciones, publicado en el DOF el once de junio de dos mil trece. Lo anterior sin perjuicio de lo previsto en el Vigésimo Transitorio del presente Decreto.

¹² Ídem.

¹³ El artículo 37 de la LFRTV establece lo siguiente:

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

La legislación vigente, la LFTR, sólo prevé la figura de concesión, y establece que los permisos otorgados anteriormente deberán transitar al régimen de concesión correspondiente. En particular, el artículo Décimo Séptimo Transitorio del "Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley Federal 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 DOF el catorce de julio de dos mil catorce, establece lo siguiente:

"Los permisos de radiodifusión que se encuentren vigentes o en proceso de refrendo a la entrada en vigor del presente Decreto, deberán transitar al régimen de concesión correspondiente (...). Los permisos que hayan sido otorgados a los poderes de la Unión, de los estados, los órganos de Gobierno del Distrito Federal, los municipios, los órganos constitucionales autónomos e instituciones de educación superior de carácter público deberán transitar el régimen de concesión de uso público, mientras que el resto de los permisos otorgados deberán hacerlo al régimen de concesión de uso social.

(...)

En tanto se realiza la transición, dichos permisos se registrarán por lo dispuesto en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión para las concesiones de uso público o social, según sea el caso." (Énfasis añadido)

El artículo 67, fracción II, de la LFTR, con relación a las concesiones para uso público, establece que con éstas no se podrán explotar o prestar servicios de radiodifusión con fines de lucro. Asimismo, el artículo 67, fracción IV, del mismo ordenamiento, establece que las concesiones para uso social confieren el derecho de prestar servicios de radiodifusión con propósitos culturales, científicos, educativos o a la comunidad, sin fines de lucro.

Conforme a lo antes expuesto, quienes obtengan concesiones para uso público o uso social no podrán prestar servicios de radiodifusión con fines de lucro. Es decir, no podrán participar en los mercados relacionados con publicidad. No obstante lo anterior, de acuerdo con el artículo 237 fracción III de la LFTR, las estaciones concesionarias de uso

(...)

Los permisos para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión, podrán ser revocados por los siguientes motivos:

(...)

III.- Transmitir anuncios comerciales o asuntos ajenos a aquéllos para los que se dio un permiso.

(...)" (Énfasis añadido)

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

social indígenas y comunitarias,¹⁴ podrán destinar tiempo para venta de publicidad a entes públicos federales y, en su caso, Entidades Federativas y Municipios, el cual no excederá de seis por ciento del tiempo total de transmisión por cada canal de programación.

Así, se concluye que la prestación de servicios de radio en México se puede clasificar en dos categorías:

- Radio abierta comercial. Operan al amparo de concesiones, transitarán a concesiones de uso comercial y están autorizadas para comercializar espacios publicitarios; y
- Radio abierta pública o social. Operan al amparo de permisos, transitarán a concesiones de uso social o público y no tienen fines de lucro.

Entre ambas categorías se identifican las siguientes diferencias:

- Las estaciones de radio abierta pública o social únicamente podrán destinar tiempo para venta de publicidad a entes públicos federales y, en su caso, Entidades Federativas y Municipios. Sin embargo, no están autorizadas y no podrán comercializar espacios publicitarios a agentes económicos dentro de su programación, lo cual les limita como alternativas para los anunciantes que deseen promocionar sus productos o servicios; y
- El tipo de audiencia que alcanzan las estaciones de radio abierta pública o social es distinto a la población objetivo que buscan los anunciantes de las estaciones de radio abierta comercial.

En este sentido, los anunciantes no podrían considerar a los servicios de las estaciones de radio permisionadas como alternativos de los servicios de las estaciones de radio concesionadas o comerciales.

Así, para el análisis en materia de competencia económica se determina que el servicio relevante para analizar la Operación corresponde al de radio comercial abierta (estaciones concesionadas), para el cual no es sustituto el servicio de radio cultural abierta (estaciones permisionarias).

¹⁴ De conformidad con el artículo 67 fracción IV de la LFRT, las concesiones para uso social indígena, se podrán otorgar a los pueblos y comunidades indígenas del país de conformidad con los lineamientos que emita el Instituto y tendrán como fin la promoción, desarrollo y preservación de sus lenguas, su cultura, sus conocimientos promoviendo sus tradiciones, normas internas y bajo principios que respeten la igualdad de género, permitan la integración de mujeres indígenas en la participación de los objetivos para los que se solicita la concesión y demás elementos que constituyen las culturas e identidades indígenas.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

b) Alternativas tecnológicas para la prestación del servicio de radio

El servicio de radio móvil terrestre, que incluye a la radio AM y FM, se llevan a cabo a través del envío y recepción de ondas electromagnéticas con determinadas frecuencias en sus respectivos sistemas de radiocomunicaciones (ej. transmisor, receptor y antenas). Las ondas electromagnéticas para aplicaciones inalámbricas se definen como perturbaciones de los campos eléctricos y magnéticos que se propagan a través del espacio a la velocidad de la luz y que para fines de las telecomunicaciones, contienen información. Dicha información debe ser adaptada para poderse enviar por el aire, cuyo proceso es denominado modulación, que se define como el procedimiento de cambiar una o más propiedades de la onda portadora o de alta frecuencia en función de la señal que contiene la información.

Existen varios esquemas de modulación, los principales se denominan Modulación en Amplitud y Modulación en Frecuencia; y se identifican como AM y FM por los acrónimos que corresponden a los términos en inglés *Amplitude Modulation* y *Frequency Modulation*.

La electrónica en los sistemas FM tiene un bajo costo, producto de la amplia distribución en los sistemas de audio y equipos receptores automotrices, en el hogar y personales; y tiene una mayor penetración que los sistemas AM. Actualmente es más frecuente encontrar dispositivos receptores habilitados exclusivamente para la recepción de radio FM que para la radio AM. Lo anterior, aunado a su mayor calidad auditiva de la radio FM, implicaría para los radioescuchas, que buscan entretenimiento a través de la radio abierta, diferencias importantes.

Por sus características de propagación, un transmisor de radio AM se propaga a una distancia mucho mayor que el de una radio FM; por ejemplo una onda de radio AM por Onda de Superficie se puede propagar de treinta hasta cuatrocientos kilómetros y por onda ionosférica en la noche hasta cuatro mil kilómetros. En el mismo sentido, una onda de radio FM se propaga desde diez metros hasta noventa kilómetros.

Para aprovechar las ventajas técnicas que ofrece el uso de las bandas de frecuencia de espectro radioeléctrico para radio FM, las estaciones de AM pueden cesar (i.e. "apagar") sus transmisiones y migrar a esas bandas en la medida que exista espectro radioeléctrico disponible.¹⁵

¹⁵ La migración se realiza con base en el "ACUERDO por el que se establecen los requisitos para llevar a cabo el cambio de frecuencias autorizadas para prestar el servicio de radio y que operan en la banda de Amplitud Modulada, a fin de optimizar el uso, aprovechamiento y explotación de un bien del dominio público en transición a la radio digital." publicado el 15 de septiembre de 2008.

Disponible en: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5060050&fecha=15/09/2008.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

El "ACUERDO por el que se establecen los requisitos para llevar a cabo el cambio de frecuencias autorizadas para prestar el servicio de radio y que operan en la banda de Amplitud Modulada, a fin de optimizar el uso, aprovechamiento y explotación de un bien del dominio público en transición a la radio digital", publicado en el DOF el quince de septiembre de dos mil ocho (Acuerdo), señala los siguientes motivos para la migración¹⁶:

"(...) Que en México se tienen 1580 estaciones de radio, de las cuales 854 operan en la banda de Amplitud Modulada (AM) y 726 en la banda de Frecuencia Modulada (FM);

Que a la fecha se han otorgado permisos para operar 94 estaciones de AM y 253 estaciones de FM, en tanto, bajo el régimen de concesiones de uso comercial, se tienen 760 estaciones de AM y 473 de FM;

Que dadas las características técnicas de las señales de AM:

(a) es posible lograr coberturas amplias del territorio, con pocas limitaciones por la orografía del territorio, lo que permite que estaciones de alta potencia puedan llegar a comunidades alejadas de los centros urbanos;

(b) es necesario limitar la potencia en la noche para la mayoría de las estaciones; actualmente es necesario que para su operación nocturna, 701 estaciones disminuyan su potencia y 96 suspendan completamente su operación;

(c) el servicio puede ser afectado por interferencias electromagnéticas, como resultado de luminarias o sistemas de conducción eléctrica, y que dicho problema se presenta más en áreas urbanas (...).

Que esta Secretaría ha realizado diversos estudios técnicos en los que se concluye que los beneficios que se obtendrán en la digitalización de las estaciones que operan en la banda de FM son superiores a aquellos que se obtendrán en la digitalización de las estaciones que operan en la banda de AM, toda vez que:

(a) dadas las características de propagación de la banda AM, con la tecnología digital pudieran presentarse interferencias en su operación nocturna;

(b) la compresión de las señales limita la calidad en el servicio analógico;

(c) presenta limitaciones en la operación con el uso de sistemas de antenas direccionales y múltiples, y

¹⁶ Disponible en: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5060050&fecha=15/09/2008.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

(d) dado el ancho de banda disponible, la expectativa de la digitalización de la radio en la banda de AM consiste en llevar su calidad de audio a un nivel similar al obtenido por la radio FM actual, en tanto, la digitalización de la radio en la banda de FM abre las posibilidades a elevar la calidad de la señal a un nivel similar al obtenido con los discos compactos, o a aumentar el número de programas transmitidos en la misma frecuencia, entre otros; (...).

(...) esta Secretaría considera conveniente otorgar la posibilidad a aquellos concesionarios que operan en la banda de AM, de solicitar el cambio para operar en la banda de FM, a fin de allegarse de los recursos necesarios para, en un futuro, migrar al estándar digital que se determine en su momento;

Que de conformidad con datos presentados por la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión ante el Grupo Plural para la Revisión de la Legislación en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión del Senado de la República, en el caso de las estaciones comerciales, en el año 2003 las 473 estaciones de FM obtuvieron el 72% de los ingresos por publicidad en tanto las 760 estaciones de AM lograron ingresos del 28% por el mismo rubro. La participación de audiencia de la radio FM pasó del 8% en 1972 al 77% en el 2005, en tanto que para el 2005 la media de participación de audiencia de la FM fue del 83% y la de la AM del 17%;

Que el cambio de frecuencia de AM a FM para que en un futuro la estación lleve a cabo transmisiones digitales en FM, requiere que el concesionario o permisionario realice las inversiones necesarias para la adquisición de los equipos transmisores; la adquisición de un sistema radiador; torre de transmisión; el sistema de enlace correspondiente y, en su caso de una nueva ubicación, todo ello considerando las alternativas de estándares digitales con los que se podría operar; (...)

Que la calidad auditiva de las señales de radio FM es 3 veces superior a la que se puede obtener de las señales de radio AM, lo que favorece un servicio de mayor calidad al público; (...)

(...) resulta conveniente que los concesionarios y permisionarios que se acojan a los beneficios de la presente resolución continúen utilizando la frecuencia de AM por un tiempo que no exceda de un año, siempre y cuando transmitan de manera simultánea la misma programación en ambas bandas; (...)."

La migración de frecuencias de la banda AM a la banda FM es voluntaria. Se tiene evidencia de que los concesionarios de estaciones AM tienen incentivos para migrar a la banda FM, a pesar de que este cambio implica costos adicionales para los

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

concesionarlos, como la inversión en nuevas antenas y equipo de transmisión, así como pérdida de cobertura en su señal.

La migración voluntaria y generalizada de los concesionarios que operan en la banda AM hacia la banda FM, es un indicio de que las estaciones en la banda FM son más valoradas que las estaciones que operan en la banda AM.

Cabe precisar que tres (3) estaciones de radio en frecuencia AM dentro y fuera de Tuxtla Gutiérrez, tienen un área de servicio que cubre la localidad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Cuadro 9. Estaciones de radio AM con cobertura en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas

| Distintivo | Banda | Ubicación | Presencia en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas | Observaciones |
|------------|-------|-------------------------------------|--|---------------|
| XETG | AM | Tuxtla Gutiérrez, Chiapas | Sí | Concesión |
| XECOPA | AM | Copainalá, Chiapas | Sí | Permiso |
| XERA | AM | San Cristóbal de las Casas, Chiapas | Sí | Permiso |

Fuente: extinta Unidad de Sistemas de Radio y Televisión, cuyas atribuciones en materia de aprovechamiento del espectro radioeléctrico para radiodifusión, a la entrada en vigor del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones publicado en el DOF el cuatro de septiembre de dos mil catorce, pasaron a la actual Unidad de Espectro Radioeléctrico.

Las estaciones con distintivo XECOPA y XERA operan al amparo de permisos para prestar servicios de radio cultural y, por ello, no son sustitutas ni compiten en la prestación del servicio de radio comercial abierta en la localidad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

La XETG-AM es una estación sujeta al Acuerdo, por lo que el concesionario de la estación le fue autorizada adicionalmente la concesión de la estación XHTG-FM en la misma localidad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Ambas estaciones transmiten la misma programación y sus espacios publicitarios se venden en forma agregada.

Así, se concluye que en la localidad objeto de la Solicitud, los servicios de radio comercial abierta en estaciones de radio AM al estar sujetas al Acuerdo del cambio de frecuencias, transmiten exactamente la misma programación y publicidad que las estaciones de radio FM.

De esta manera, para el presente caso se considera suficiente evaluar explícitamente la oferta de los servicios de radio comercial abierta en FM para el análisis de la radio comercial en la localidad.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

Definición del mercado geográfico

El mercado relevante se define con base en los criterios legales establecidos en la LFCE aplicable a este procedimiento. Este análisis tiene por objeto determinar cuáles son los bienes o servicios y la dimensión geográfica en la que es relevante evaluar el grado de competencia.

El artículo 12 de la LFCE, en la fracción II, establece lo siguiente:

"Artículo 12.- Para la determinación del mercado relevante, deberán considerarse los siguientes criterios:

(...)

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

(...)"

Los aspectos técnicos de propagación de las señales en radio y las características del servicio de radio comercial abierta, limitan su cobertura a una zona geográfica determinada, donde se encuentra la audiencia de interés para los anunciantes. En este sentido, es relevante analizar las estaciones cuya señal tenga cobertura en la localidad involucrada en la Operación. No es necesario analizar las estaciones sin cobertura en esta localidad o del extranjero. Asimismo, por las características del servicio no existen costos de aranceles, fletes o algún tipo de restricción para su distribución.

Por otra parte, los títulos de concesión autorizan la prestación del servicio de radio en un área geográfica determinada, la cual incluye la localidad principal a servir, así como otras localidades que estén comprendidas dentro del contorno de área de servicio de 60 (sesenta) decibeles (dBu). En el caso que nos ocupa, la principal localidad a servir es Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

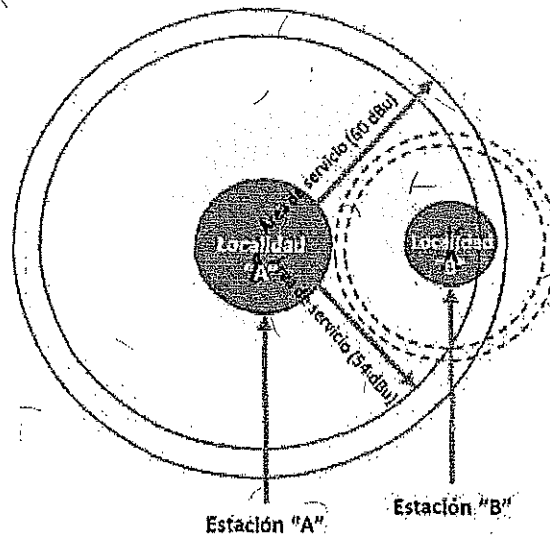
De acuerdo con la Disposición Técnica IFT-002-2014 "Especificaciones y requerimientos mínimos para la instalación y operación de las estaciones de radiodifusión sonora en frecuencia modulada", se considera como área de servicio de una estación, la comprendida dentro de los contornos de intensidad de campo correspondientes a 60 dBu (1000 μ V/m) y el de 54 dBu (500 μ V/m) F (50,50). No obstante, para la estimación de

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

las áreas de servicio para el presente análisis se considerará únicamente el contorno de 60 dBu.¹⁷

A manera de ejemplo, la Figura 1 ilustra la sustitución geográfica de dos estaciones ubicadas en distintas localidades.

Figura 1. Sustitución entre estaciones ubicadas en distintas localidades



En la figura anterior, se observa que el área de servicio de 60 dBu de la estación ubicada en la localidad A, tiene cobertura geográfica que incluye la localidad A y la localidad B. Por otro lado, el área de servicio de 60 dBu de la estación ubicada en la localidad B, únicamente tiene cobertura geográfica en la localidad B, y no en la localidad A.

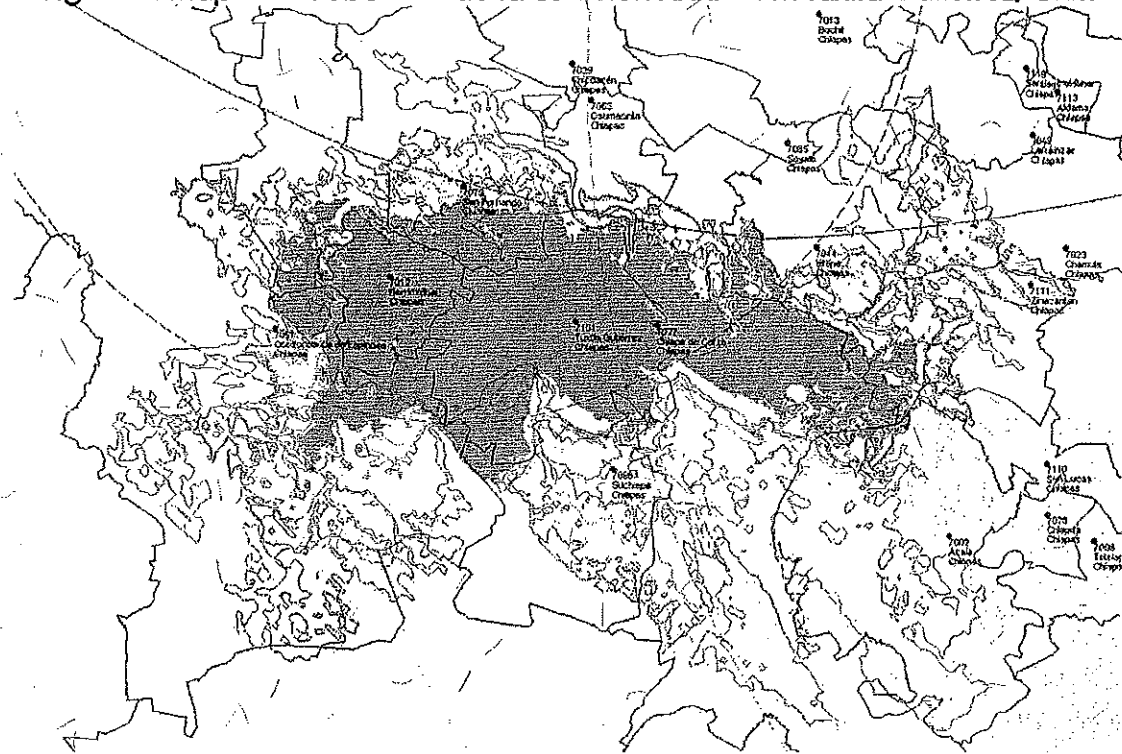
En el análisis en materia de competencia económica de la localidad B, se deben incluir como participantes, las estaciones ubicadas en las localidades A y B, debido a que ambas tienen cobertura geográfica en esa localidad. No obstante, en un análisis de competencia económica de la localidad A, únicamente se debe considerar a la estación A como participante, debido a que es la única con cobertura geográfica en dicha localidad.

¹⁷ Se utiliza el contorno de 60 dBu, debido a que en la Disposición Técnica IFT-002-2014, se señala que este contorno indica la extensión aproximada de cobertura sobre terreno promedio en ausencia de interferencia.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XHRPR-AM, S.A. DE C.V.

Al respecto, la estación objeto de la cesión, cuya denominación es XHRPR-FM, tiene como principal localidad a servir la localidad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. El área de servicio de esta estación se muestra en el siguiente mapa.

Figura 2. Mapa de cobertura de la estación XHRPR-FM Tuxtla Gutiérrez, Chis.



Fuente: extinta Unidad de Sistemas de Radio y Televisión, cuyas atribuciones en materia de aprovechamiento del espectro radioeléctrico para radiodifusión, a la entrada en vigor del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones publicado en el DOF el cuatro de septiembre de dos mil catorce, pasaron a la actual Unidad de Espectro Radioeléctrico.

La zona de cobertura de las estaciones está delimitada por el contorno o área de servicio (libre de interferencias), que normalmente está delimitada por una intensidad de campo de 60 dBu. El contorno que supera el área de servicio puede tener interferencias. El objetivo de esta delimitación para las autoridades en materia de telecomunicaciones, ha sido evitar las interferencias en la señal por parte de otras estaciones cercanas a la localidad principal a servir y que operan en la misma frecuencia.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCE/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

El título de concesión establece el contorno o área de servicio de una estación de radio y define la localidad principal que debe servirse. De esta manera, el área de servicio de una estación puede ser mayor que el área territorial de la principal localidad a servir. Por esta situación, el área de servicio podría abarcar otras poblaciones, adicionales y cercanas a la población principal a servir.

Para determinar la dimensión geográfica en la que está o puede estar disponible el servicio de radio comercial abierta es necesario:

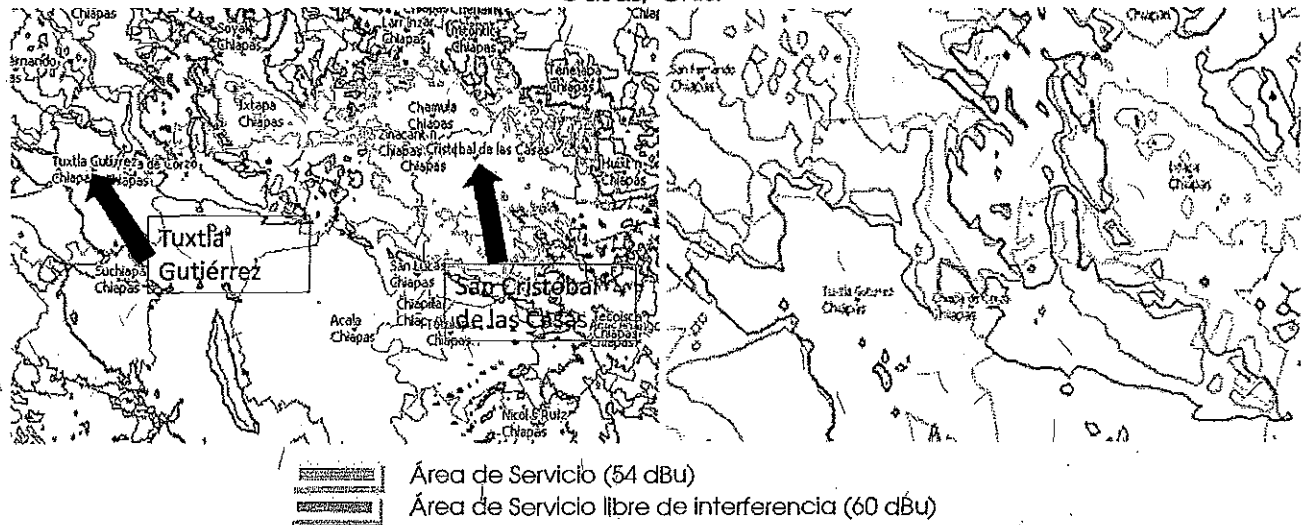
- Incluir la(s) localidad(es) principal(es) a servir.
- Identificar las estaciones de radio ubicadas en otras localidades cuyas áreas de servicio incluya a la localidad en la que se realiza el análisis en materia de competencia económica.

21 Por lo anterior, para identificar los posibles sustitutos del servicio de radio comercial abierta que se ofrece en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, a continuación se identifican las estaciones de radio que se ubiquen dentro de esta localidad; y aquellas cuya señal radiodifundida alcance a cubrir la zona de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

De acuerdo con información del Instituto, existe una estación concesionaria ubicada en la localidad de San Cristóbal de las Casas, Chiapas, la estación XHWM-FM, cuya área de servicio de 60 dBu, incluye la localidad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. A continuación se muestra el contorno de área de servicio de dicha estación:

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

Figura 3. Área de servicio de la estación XHWM-FM ubicada en San Cristóbal de las Casas, Chis.



Fuente: extinta Unidad de Sistemas de Radio y Televisión, cuyas atribuciones en materia de aprovechamiento del espectro radioeléctrico para radiodifusión, a la entrada en vigor del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones publicado en el DOF el cuatro de septiembre de dos mil catorce, pasaron a la actual Unidad de Espectro Radioeléctrico.

El contorno del área azul, delimita el área de servicio con intensidad de campo de 60 dBu de la estación XHWM-FM ubicada en la localidad de San Cristóbal de las Casas. Como se puede observar, la localidad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, se encuentra incluida en dicho contorno.

Si bien se identifica que la estación XHWM-FM tiene la capacidad técnica para que su señal sea escuchada en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, se identifica que no participa ni compete en la prestación del servicio que se analiza, y no se incluye en este análisis debido a las siguientes consideraciones:

- No existe evidencia de que la estación XHWM-FM comercialice publicidad en la localidad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas;
- De acuerdo con información de la página de internet del representante comercial de la estación XHWM-FM, no señala tener cobertura en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas,¹⁸ y

¹⁸ Información disponible en: <http://www.firmesa.com.mx/html/chiapas-san-cristobal.php>

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

- Las partes no identificaron a esta estación como competidora en la localidad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.¹⁹

En conclusión, el servicio a evaluar corresponde a la radio comercial abierta que se ofrece en la localidad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas en el cual participan las estaciones de radio comercial abierta cuya área de servicio alcanza a cubrir y comercializan publicidad en dicha localidad.

El artículo 12 de la LFCE, en la fracción III, establece como tercer criterio para determinar el mercado relevante, lo siguiente:

"Artículo 12.- Para la determinación del mercado relevante, deberán considerarse los siguientes criterios:

(...)

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

(...)."

2/ En lo que corresponde a la Operación, para los anunciantes locales la audiencia relevante es la que se encuentra dentro de la zona geográfica de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Los anunciantes que requieren acceder a las audiencias ubicadas en la localidad involucrada en la Operación, tienen pocos incentivos para acudir a prestadores de servicios en localidades distintas, pues la publicidad impactaría a radioescuchas que no corresponden a la audiencia objetivo a la que se pretende llegar.

De acuerdo con la información presentada por las partes involucradas, [REDACTED] de los ingresos obtenidos por las estaciones que opera el Cesionario provienen de clientes locales demandantes de espacios publicitarios.²⁰ Esto refleja el hecho de que los anunciantes recurren a la oferta de espacios publicitarios que impacta a su audiencia objetivo en la localidad donde operan sus negocios. Difícilmente les interesaría anunciarse en localidades distintas a la de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Finalmente, como cuarto criterio para definir el mercado relevante se tiene la fracción IV del artículo 12 de la LFCE:

"Artículo 12.- Para la determinación del mercado relevante, deberán considerarse los siguientes criterios:

¹⁹ Esta información se desprende del escrito presentado por la C. [REDACTED] entregado en Oficialía de Partes del Instituto el día quince de agosto de dos mil catorce.

²⁰ Foja 149 del expediente OCC-001-2013.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

(...)

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

Por el lado de la demanda, los anunciantes no enfrentan algún tipo de restricción de carácter normativa federal, local o internacional que les impida contratar los servicios de publicidad con agentes económicos distintos a los involucrados.

Por su parte, los proveedores del servicio relevante deben obtener un título de concesión para poder prestar el servicio de radio en un área geográfica determinada. Así, los agentes económicos pueden prestar los servicios concesionados en las localidades de su interés, previa autorización de la autoridad, siempre que ello se promueva la competencia y, se prevengan fenómenos de concentración que contraríen el interés público.

Para el caso de la operación evaluada, el área geográfica está delimitada por la localidad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, así como otras localidades que se encuentren incluidas dentro del contorno del área de servicio de 60 dBu de la estación analizada.

Del análisis anterior, el mercado relevante para realizar el análisis en materia de competencia económica de la Operación corresponde a la radio comercial abierta en la localidad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Este servicio involucra la transmisión de contenidos sonoros que radiodifunden las estaciones de radio que cuentan con concesiones de uso comercial, lo que permite a los operadores generar audiencias y vender espacios publicitarios.

Agentes económicos que participan en el mercado relevante

Una vez que se ha determinado el mercado analizado, en términos de servicio y de su dimensión geográfica, el artículo 18, fracción II, de la LFCE, instruye:

"Artículo 18. Para determinar si la concentración debe ser impugnada o sancionada en los términos de esta Ley, la Comisión deberá considerar los siguientes elementos:

(...)

II.- La identificación de los agentes económicos que abastecen el mercado de que se trate, el análisis de su poder en el mercado relevante, de acuerdo con el artículo 13 de esta Ley, el grado de concentración en dicho mercado;

(...)." M

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

El Cuadro 10 presenta información de los concesionarios que ofrecen el servicio analizado. Se resalta la información correspondiente a la estación objeto de cesión.

Cuadro 10. Estaciones que participan en el servicio analizado

| No. | Concesionario | Grupo Económico | Distintivo | Banda | Frecuencia |
|-----|--|-----------------|------------|-------|------------|
| 1 | Radiodifusora XEIO-AM, S.A. de C.V. (██████████) | ██████████ | XHIO | FM | 91.1 MHz |
| 2 | Radiodifusora XELM-AM S.A. de C.V. (██████████) | | XHLM | FM | 105.9 MHz |
| 3 | Impulsora de Radio del Sureste, S.A. | | XHONC | FM | 92.3 MHz |
| 4 | Radio Celebridad, S.A. | | XHRPR | FM | 88.3 MHz |
| 5 | XETG, La Grande del Sureste, S.A. de C.V.² | | XHTG | FM | 90.3 MHz |
| 6 | Espectáculo Auditivo, S.A. (██████████) | | XHTUG | FM | 103.5 MHz |
| 7 | Radio Promotora de la Provincia, S.A. de C.V. | | XHUD | FM | 100.1 MHz |
| 8 | Radiodifusora XEUE AM S.A. de C.V. (██████████) | | XHUE | FM | 99.3 MHz |
| 9 | Radio Espectáculo, S.A. | | XHVV | FM | 101.7 MHz |
| 10 | Estéreo Sistema, S.A. | | XHCQ | FM | 98.5 MHz |
| 11 | Radio XHKR-FM, S.A. de C.V. | | XHKR | FM | 96.9 MHz |
| 12 | XHTGZ-FM Radio, S.A. de C.V. | | XHTGZ | FM | 96.1 MHz |

Nota:

1. La Información del Grupo Económico fue proporcionada por la Promovente.
2. Se tiene información que este concesionario solicitó a este Instituto una aprobación para realizar un cambio en la estructura de su capital social, el cual está próximo a resolver. Sin embargo, este cambio no modifica la estructura de control del concesionario.

Fuente: Información del expediente OCC-001-2013 y del Registro Público de Concesiones, ambos del Instituto.

La Promovente identifica a ██████████ operadores de estaciones que prestan el servicio de radio comercial abierta en la localidad analizada.

La estación XHKR, listada con el número once en el Cuadro 10:

- Está concesionada a la empresa Radio XHKR-FM, S.A de C.V. y
- Es controlada por el Señor ██████████ quien es hermano de la Señora ██████████ accionista de ORM.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

- Por otra parte, la Señora [REDACTED]
[REDACTED]
SUS [REDACTED] del Cesionario y de ORM.

El Cesionario manifestó que, más allá de la relación consanguínea, no existe ningún tipo de relación comercial entre la Señora Amalia Quiñones y el Señor Carlos Quiñones, por lo que no reconoce que el Sr. Carlos de Jesús Quiñones Armendáriz pertenezca al grupo de interés económico de la Familia Quiñones.

Sin embargo, además de la relación consanguínea observada, se identifican los siguientes elementos comunes en las actividades económicas de las personas físicas señaladas:

- **Actividad económica común.** La principal actividad económica de los CC. [REDACTED] es la operación de estaciones de radio comercial abierta.
- **Coincidencia geográfica en la prestación de servicios de radio comercial.** Existen dos²¹ localidades, entre ellas Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, en las que coinciden los CC. [REDACTED] en la operación de estaciones de radio comercial abierta.

De los elementos señalados se observa que existen intereses comerciales y financieros afines entre los CC. [REDACTED]

[REDACTED] toda vez que realizan la misma actividad económica en localidades coincidentes. Asimismo, la relación consanguínea de segundo grado, en conjunto con la existencia de intereses afines, permite suponer que existe una posibilidad real de coordinación en sus actividades económicas para el logro de objetivos comunes.²²

²¹ Las localidades en las que coinciden en la operación de estaciones de radio comercial abierta son Tapachula y Tuxtla Gutiérrez en Chiapas.

²² Este criterio es consistente con la práctica internacional: Diversas jurisdicciones han establecido que el control se define como los derechos contratados o cualquier otro medio que, por sí mismo o en conjunto, confieran a una entidad la posibilidad de ejercer una influencia sobre otra. Véanse: i) Artículo 3(2) del Reglamento (CE) n° 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas, disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32004R0139&from=ES>; y ii) "Definition of Transaction for the Purpose of Merger Control Review"; Policy Roundtables; OCDE; 2013, disponible en: <http://www.oecd.org/daf/competition/Merger-control-review-2013.pdf>.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

De esta manera, la existencia de incentivos y la posibilidad de coordinación de actividades económicas, permite concluir que existe un grupo de interés económico entre el Señor [REDACTED] y ORM/ [REDACTED] (en adelante, ORM o [REDACTED]).

Por otra parte, según la información contenida en la dirección de internet http://www.radiorama.com.mx/secciones.php?sec_id=32&ent_id=6, en la cual se listan estaciones de radio "pertenecientes" a Radiorama S.A. de C.V. (Radiorama), se listan las estaciones que han sido concesionadas a empresas de la Familia Quiñonez en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Al respecto, mediante oficio de fecha diez de febrero de dos mil catorce, se requirió información a la Promovente a fin de aclarar la relación existente de las empresas controladas por la [REDACTED] y de la estación objeto de cesión con Radiorama. La Promovente señaló que Radiorama no controla ni opera las estaciones concesionadas a la [REDACTED] y que su relación con dicha cadena se limita a la comercialización de publicidad. La Promovente agregó que no existe contrato alguno que formalice dicha relación.

2/ Sin embargo, como se señala en la Cuarta Consideración, el Cesionario, si bien no es titular de la concesión, participa en las operaciones de la estación de radio comercial abierta con distintivo XERPR-AM, para la cual produce los programas, comercializa espacios publicitarios y cumple las obligaciones correspondientes.

Si bien el Cesionario y la estación de radio comercial abierta con distintivo XERPR-AM, que conservan personalidades jurídicas propias y distintas, se mantienen vinculadas mediante un convenio que tiene por efecto que el primero ya participe en las operaciones de la segunda.

A este respecto, la LFCE establece que un convenio de esta naturaleza puede constituir una concentración. Uno de los elementos a considerar es si se presenta la adquisición de control, de acuerdo a lo establecido en la LFCE:

"Artículo 61. Para los efectos de esta Ley, se entiende por concentración la fusión, adquisición del control o cualquier acto por virtud del cual se unan sociedades, asociaciones, acciones, partes sociales, fideicomisos o activos en general que se realice entre competidores, proveedores, clientes o cualesquiera otros agentes económicos. La Comisión no autorizará o en su caso investigará y sancionará aquellas concentraciones cuyo objeto o efecto sea disminuir, dañar o impedir la

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

competencia y la libre concurrencia respecto de bienes o servicios iguales, similares o sustancialmente relacionados." (Énfasis añadido).

Esto es, en términos de la LFCE, la existencia de acuerdos comerciales o relaciones económicas entre agentes económicos, cuando tienen por objeto o efecto de otorgar el control o la influencia significativa a uno sobre las actividades económicas del otro, puede constituir una concentración *de facto*.

A este respecto, la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha resuelto que el control sobre un agente económico se logra cuando se cumple alguno de los siguientes supuestos:

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

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

De lo anterior, se tienen indicios de que el Cedente y el Cesionario, por virtud de un acuerdo, tienen objetivos comerciales y financieros afines y el Cesionario ya cuenta *de facto* con participación en las decisiones sobre la operación de la estación de radio objeto de la Operación para la prestación directa del servicio concesionado.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

La fracción II del artículo 18 de la LFCE señala que se debe realizar el análisis de poder en el mercado e identificar el grado de concentración en el mismo, conforme al artículo 13 de la LFCE.

"Artículo 13. Para determinar si uno o varios agentes económicos tienen poder sustancial en el mercado relevante (...) deberán considerarse los siguientes elementos:

I. Su participación en dicho mercado y si pueden fijar precios o restringir el abasto en el mercado relevante por sí mismos, sin que los agentes competidores puedan, actual o potencialmente, contrarrestar dicho poder;

II. La existencia de barreras a la entrada y los elementos que previsiblemente puedan alterar tanto dichas barreras como la oferta de otros competidores; Art. 12 RLFCE

III. La existencia y poder de sus competidores;

IV. Las posibilidades de acceso del o de los agentes económicos y sus competidores a fuentes de insumos;

V. El comportamiento reciente del o los agentes económicos que participan en dicho mercado, y

VI. Los criterios que se establezcan en el Reglamento de esta Ley así como los criterios técnicos que para tal efecto emita la Comisión.

(...)."

Al respecto, a continuación se evalúan cada uno de los elementos señalados en esta disposición.

Participaciones de mercado y grado de concentración

Los operadores identificados en el cuadro anterior tienen las siguientes participaciones en términos del número de estaciones de radio que operan o de las que son

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
 OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
 EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
 RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

concesionarios, así como en términos de audiencia en dos periodos: de Lunes a Viernes y en Fines de Semana.

Si bien se tiene información de que Radio Celebridad, la persona moral titular de la concesión objeto de la Operación, se encuentra en suspensión de actividades; y que con base en un convenio, es la Cesionaria quien participa en la Operación de la estación concesionada, para efectos de este análisis no se tienen suficientes elementos para determinar si la Cedente y la Cesionaria pertenecen al mismo Grupo de Interés Económico. Por ello, las participaciones que se muestran en el Cuadro 11 consideran la estación concesionada, objeto de la Operación, como un participante distinto a la Cesionaria.

Cuadro 11. Participaciones antes de la Operación

| Operador | Estaciones | | Audiencia ^{1/} (%) | |
|--------------------------|------------|-------------------|-----------------------------|-----------------|
| | Número | Participación (%) | Lunes a Viernes | Fines de Semana |
| ORM/ [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
| [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
| [REDACTED] ^{2/} | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
| Rádiorama | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
| Total | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |

1/ Información proporcionada por la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales.

2/ Se consideró la audiencia de la estación AM espejo XETG, la cual transmite la misma programación que la frecuencia XHTG en FM.

La capacidad potencial para competir de cada agente económico está relacionada directamente con la cantidad de estaciones de radio que opera o de la que es concesionario. Esto es, el poder de negociación de cada agente económico frente a los contratantes de espacios publicitarios (los anunciantes) depende, en parte, de la cobertura y diversidad de audiencia que puede ofrecer. De esta forma, el número de estaciones que controla cada agente económico es un indicador que permite estimar su posición competitiva.

Como se puede observar, el agente económico con más estaciones de radio en el servicio analizado, es el que cuenta con mayor participación en términos de audiencia.

La Operación implicaría que el número de concesionarios en el servicio analizado disminuya de cuatro a tres. Asimismo, la estructura del servicio analizado cambiaría, tal como se muestra en el cuadro siguiente.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

Cuadro 12. Participaciones después de la Operación

| Operador | Estaciones | | Audiencia (%) | |
|-----------------|------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| | Número | Participación (%) | Lunes a Viernes | Fines de Semana |
| ORM/ [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
| [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |
| Total | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] | [REDACTED] |

Como se observa en el Cuadro 12, de llevarse a cabo la Operación, el agente económico ORM/[REDACTED] acumularía [REDACTED] estaciones de las [REDACTED] existentes en el mercado, que representaría [REDACTED] de participación, además de acumular aproximadamente [REDACTED] de participación en términos de audiencia.

Considerando la estructura del servicio analizado antes y después de la Operación, se obtienen los siguientes índices de concentración Herfindahl-Hirschman (IHH).

Cuadro 13. Índices de concentración antes y después de la Operación.

| IHH | Antes | Después | Variación (Δ) |
|-----------------|-------|---------|---------------|
| Lunes a Viernes | 3,196 | 3,453 | 257 |
| Fines de Semana | 3,282 | 3,452 | 170 |
| Estaciones | 3,056 | 3,750 | 694 |

Las estimaciones de IHH se realizan con base en las participaciones antes y después de la operación señaladas en los cuadros 11 y 12.

Se observa que el IHH después de la cesión se encuentra por arriba de los [REDACTED] puntos, medido en términos de estaciones y de audiencias, siendo considerado un servicio altamente concentrado, de acuerdo con estándares internacionales. Adicionalmente, la variación en los valores de los índices sería superior a [REDACTED] puntos en términos de estaciones y mayor a [REDACTED] puntos en términos de audiencia. El índice de concentración, de conformidad con la práctica nacional e internacional, sería indicativo de que existen riesgos de que la operación evaluada puede afectar el proceso de competencia y libre concurrencia en el servicio analizado.²³

²³ Conforme a la "RESOLUCION 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 Diario Oficial de la Federación el 24 de Julio de 1998:

(...) PRIMERO. Los índices de concentración se calcularán a partir de las participaciones de los agentes económicos en el mercado relevante, sin considerar otra información para determinar el grado de competencia.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE N.º. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

A través de la Operación la [REDACTED] obtendría una estación más en el servicio analizado y operaría un total de [REDACTED] estaciones, lo que le daría una participación de [REDACTED] medido en términos de estaciones y alrededor de [REDACTED] medido en términos de audiencia, reduciendo de cuatro a tres el número de competidores en el servicio.

Después de la operación existirán otros dos competidores, con 25% (veinticinco por ciento) de participación en términos de estaciones; y, entre 25% y 35% (veinticinco y treinta y cinco por ciento) de participación en términos de audiencia en el servicio evaluado, los cuales difícilmente podrían ejercer suficiente presión competitiva, para contrarrestar el poder que podría llegar a tener el agente ORM/[REDACTED]

De ahí que sólo sean auxiliares en el análisis de la existencia de poder sustancial en el mercado relevante. Ello implica que deberán analizarse en forma separada las demás cuestiones señaladas en los artículos 13 y 18 fracciones II y III de la Ley Federal de Competencia Económica y 12 de su Reglamento, tales como barreras a la entrada, el poder de los competidores, el acceso a fuentes de insumos, el comportamiento reciente de los agentes, el acceso a importaciones, la capacidad de fijar precios distintos de los de competencia y la existencia de diferenciales elevados en costos que pudieran enfrentar los consumidores al acudir a otros proveedores.

(...)

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;

(...)

En el caso de las guías de fusiones del Departamento de Justicia (DOJ, por sus siglas en Inglés) y la Comisión Federal de Comercio (FTC, por sus siglas en Inglés) de los Estados Unidos de América identifican los siguientes tipos de mercado de acuerdo al valor del índice HH (Fuente: Guías de fusiones horizontales, 2010):

- Mercado No Concentrado: índice HH < 1,500;
- Mercado Moderadamente Concentrado: 1,500 < índice HH < 2,500;
- Mercado Altamente Concentrado: índice HH > 2,500.

Asimismo, el DOJ y la FTC señalan los siguientes estándares generales para el análisis de las concentraciones:

- *Cambios pequeños en la concentración:* es poco probable que concentraciones con un incremento en el índice HH menor a 100 tengan efectos adversos a la competencia y generalmente no requieren mayor análisis;
- *Mercados no concentrados:* es poco probable que concentraciones con un índice HH menor a 1,500 tengan efectos adversos a la competencia y generalmente no requieren mayor análisis;
- *Mercados moderadamente concentrados:* concentraciones con un índice HH entre 1,500 y 2,500 puntos y que involucran un incremento mayor a 100 puntos. Potencialmente originan problemas de competencia y frecuentemente requieren escrutinio;
- *Mercados altamente concentrados:* concentraciones con un índice HH mayor a 2,500 y que involucran un incremento entre 100 y 200, potencialmente originarían problemas de competencia y frecuentemente requieren escrutinio. Se presumirá que concentraciones con un índice HH mayor a 2,500 y que involucran un incremento mayor a 200 puntos, probablemente aumenten el poder de mercado.

En el caso de la Unión Europea, es improbable que la Comisión de Competencia detecte problemas de competencia horizontal en un mercado que después de la concentración:

- Índice HH < 1,000,
- 1,000 ≤ índice HH ≤ 2,000 y ΔHH ≤ 250
- Índice HH > 2,000 y ΔHH < 150.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

Los IHH tienen un carácter indicativo sobre el grado de concentración que se podría alcanzar con motivo de la Operación. Por ende, se continúa el análisis de los efectos de la Operación en materia de competencia económica, en el cual se consideran en forma integral todos los aspectos de la Operación propuesta.

Barreras a la entrada

Con relación al artículo 13, fracción II, de la LFCE, en correlación con el artículo 12 del RLFCE, ésta ordena considerar:

"Artículo 13. Para determinar si uno o varios agentes económicos tienen poder sustancial en el mercado relevante (...) deberán considerarse los siguientes elementos:

(...)

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

"(...) Artículo 12.- Para efectos de la fracción II del artículo 13 de la Ley, son elementos que pueden considerarse como barreras a la entrada, entre otros:

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

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

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

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

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

VI. Las restricciones constituidas por prácticas comunes de los agentes económicos ya establecidos en el mercado relevante, y

VII. Los actos de autoridades federales, estatales o municipales que discriminen en el otorgamiento de estímulos, subsidios o apoyos a ciertos productores, comercializadores, distribuidores o prestadores de servicios."

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

A continuación, se evalúan los elementos que pueden considerarse como barreras a la entrada, de conformidad con el artículo 12 del RLFCCE, en correlación con el artículo 13, fracción II, de la LFCE:

"Artículo 12.- (...)

I. Los costos financieros o de desarrollar canales alternativos, el acceso limitado al financiamiento, a la tecnología o a canales de distribución eficientes;
(...)." 21

Los principales costos que enfrentan los operadores de estaciones de radio están relacionados con la inversión inicial requerida y la generación o adquisición de contenidos, lo que les permite atraer audiencia y, en última instancia, anunciantes. Dicha característica es propia del mercado de dos lados en los que participan las estaciones de radio comerciales. En estos términos, un operador de una estación de radio requiere de invertir en la generación o adquisición de contenidos atractivos para los radioescuchas a fin de incrementar su nivel de audiencia.

Por el lado de los radioescuchas, los operadores de estaciones de radio utilizan solamente el espectro radioeléctrico como canal de transmisión para sus servicios.

"Artículo 12.- (...)

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

La inversión inicial requerida para instalar una estación de radio es el principal costo en que se incurre un operador.

Al respecto, el artículo 72 de la LFTR establece que las concesiones para prestar servicios de radiodifusión se otorgarán por un plazo de hasta treinta años y podrán ser prorrogada por plazos iguales.²⁴ De esta forma, el tiempo estimado por un concesionario para

²⁴ El artículo 66 de la LFTR establece que se requerirá concesión única para prestar todo tipo de servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UG/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

Recuperar la inversión inicial debe ser menor que el período de tiempo autorizado por la concesión, sin perjuicio de que el concesionario obtenga una prórroga.

Por otro lado, parte de la infraestructura y equipo utilizados en la operación de estaciones de radio es altamente especializado, lo cual limita su uso únicamente a la operación de estaciones de radio. Así, sería ausente o escasa la rentabilidad de la infraestructura y equipo utilizada para instalar y operar estaciones de radio en caso de emplearlos en procesos alternativos.

"Artículo 12.- (...)

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

La prestación de los servicios de radio comercial tiene como insumo principal el espectro radioeléctrico distinguido por el gobierno federal para fines de radiodifusión, mediante estaciones de radio comerciales.

En relación con lo anterior, el artículo 54 de la LFTR, establece que el espectro radioeléctrico es un bien del dominio público de la Nación, cuya titularidad y administración corresponden al Estado. Por su parte, el artículo 66 de la LFTR, señala que se requiere concesión para prestar cualquier servicio de radiodifusión.

De lo anterior se obtiene que el servicio de radio comercial abierta solamente se puede prestar al amparo de concesiones sobre el espectro radioeléctrico. En este sentido, la necesidad de contar con una concesión para proveer dicho servicio representa una fuerte barrera a la entrada normativa. Cabe señalar que el espectro asignado por el Estado para la prestación del servicio de radio comercial es limitado y, por lo tanto, el acceso a nuevos competidores está sujeto a la disponibilidad del insumo referido en cada localidad.

Por otra parte, el artículo 28 de la CPEUM establece que las concesiones sobre el espectro radioeléctrico solamente podrán otorgarse mediante licitación pública, lo cual implica que los operadores que deseen participar por primera vez en el servicio analizado, después de resultar ganadores del proceso de licitación, deberán realizar los trámites necesarios e instalar la infraestructura para que la estación de radio concesionada comience a operar. Lo anterior implica una inversión de tiempo que los

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

nuevos concesionarios deberán realizar antes de participar en el servicio de radio comercial abierta.

Cualquier modificación en la normatividad que permita incrementar el número de frecuencias disponibles de radio en la localidad evaluada, podría modificar la estructura del servicio analizado.

"Artículo 12.- (...)

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

21 Si bien, los operadores de estaciones de radio cuentan con diversos medios para posicionarse en el servicio de publicidad radiodifundida, el principal elemento que les permite atraer anunciantes es el nivel de audiencia con que cuenta cada estación de radio. Tal como se precisó previamente, dicha característica es propia del mercado de dos lados en los que participan las estaciones de radio comerciales. En estos términos, un operador de una estación de radio requiere de invertir en la generación o adquisición de contenidos atractivos para los radioescuchas a fin de incrementar su nivel de audiencia. Adicionalmente, es común que los operadores inviertan el espacio publicitario de sus estaciones para publicitar su marca o distintivo de llamada.

"Artículo 12.- (...)

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

El servicio de radio comercial abierta es local. Los títulos de concesión, otorgados por el Estado, autorizarán la prestación de servicios únicamente en localidades particulares dentro del territorio nacional.²⁵ Por otra parte, los anunciantes que adquieren espacios publicitarios en las estaciones de radio son mayoritariamente locales.

"Artículo 12.- (...)

VI. Las restricciones constituidas por prácticas comunes de los agentes económicos ya establecidos en el mercado relevante, y
(...)." M

²⁵ Los operadores de estaciones de radio pueden recurrir a medios como sitios de Internet para la difusión de su programación a nivel internacional. No obstante, dichas actividades no están reguladas por el Estado.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

Las partes no proporcionan información sobre prácticas de los agentes económicos establecidos que pudieran implicar restricciones a la libre concurrencia.

"Artículo 12.- (...)".

VII. Los actos de autoridades federales, estatales o municipales que discriminen en el otorgamiento de estímulos, subsidios o apoyos a ciertos productores, comercializadores, distribuidores o prestadores de servicios."

El artículo 28 de la CPEUM establece, en su párrafo décimo séptimo, que son atribuciones del Instituto el otorgamiento y la revocación de concesiones en materia de radiodifusión y telecomunicaciones. Por otra parte, el párrafo décimo sexto del mismo artículo establece que, como autoridad en materia de competencia económica en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, el Instituto ejercerá sus facultades con el objeto de eliminar eficazmente las barreras a la competencia y libre concurrencia.

En estos términos, es mandato constitucional que el otorgamiento de concesiones para operar estaciones de radio se realice sin incurrir en actos discriminatorios en favor de ciertos concesionarios.

Por otra parte, no se tiene conocimiento de actos de autoridades estatales o municipales que otorguen de manera discriminatoria estímulos, subsidios o apoyos a ciertos concesionarios.

Fracción III del artículo 13 de la LFCE:

"Artículo 13. Para determinar si uno o varios agentes económicos tienen poder sustancial en el mercado relevante (...) deberán considerarse los siguientes elementos:

(...)

III.- La existencia y poder de sus competidores;

(...)"

Como se mencionó anteriormente, existen [redacted] agentes económicos que participan en el servicio analizado y se podría reducir a [redacted] en caso de que se lleve a cabo la Operación. De las [redacted] estaciones existentes en el servicio, [redacted] de los competidores de la [redacted] operan tres estaciones cada uno, teniendo una participación de [redacted] en términos de estaciones y de [redacted] en términos de audiencia.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
/OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

Por otro lado, tanto ORM/[REDACTED] como algunos de sus competidores, son operadores constituidos como cadenas regionales y que cuentan con estaciones afiliadas adicionales en otras localidades.²⁶ Esta afiliación regional, permite atraer campañas publicitarias con alcances superiores a la localidad, permitiendo ofrecer servicios adicionales a los que ofrecen las empresas que cuentan únicamente con presencia local. No obstante, como se ha señalado anteriormente, la fuente principal de ingresos de las estaciones proviene de la venta de espacios publicitarios a anunciantes locales. De acuerdo con información de la Promovente, [REDACTED] de las ventas de las estaciones operadas por ORM en localidades del estado de Chiapas provienen de anunciantes locales.

Fracción IV del artículo 13 de la LFCE:

"Artículo 13 (...)

IV. Las posibilidades de acceso del o de los agentes económicos y sus competidores a fuentes de insumos.
(...)"

Como se mencionó anteriormente, el principal insumo para la operación de una estación de radio es el espectro radioeléctrico. Una de las principales características del espectro radioeléctrico es su escasez, por lo que en los servicios donde operan estaciones de radio comercial, existe un número limitado de espectro que puede ser utilizado para este fin.

En la actualidad todos los operadores que participan en el servicio analizado cuentan con espectro radioeléctrico para la operación de sus estaciones, y los operadores pueden acceder a obtener una cantidad mayor de este recurso a través de dos medios:

- i) Licitaciones públicas, y
- ii) Cesiones de concesiones de operadores que se encuentren en el servicio (i.e. operaciones en el mercado secundario), como la presente Operación.

En Tuxtla Gutiérrez, Chiapas existen frecuencias disponibles para la operación de estaciones en la banda FM,²⁷ sin embargo su asignación:

²⁶ Ver como referencia, el Directorio 2014 de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión.

²⁷ De acuerdo con la información de la extinta Unidad de Radio y Televisión, existen cuatro frecuencias disponibles en la localidad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

- Para usos comerciales, debe realizarse a través de licitaciones públicas y no se tiene información de que se vayan a realizar en el corto plazo, y
- Puede distribuirse para uso comercial, público y social.

Por lo anterior, se identifica que la baja disponibilidad del espectro radioeléctrico para usos comerciales limita las posibilidades de que nuevos competidores concurren en el mercado relevante que corresponde a la prestación del servicio de radio comercial abierta en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

No se identifican barreras significativas a la entrada en el acceso a otros insumos relacionados con la operación de la estación como equipo, personal e instalaciones, los cuales son accesibles para todos los operadores en el servicio de radio comercial abierta.

Evaluación del poder de los participantes en el mercado relevante

Fracción V del artículo 13 de la LFCE:

"Artículo 13 (...)

V. El comportamiento reciente del o los agentes económicos que participan en dicho mercado, (...)."

Las partes no reportan comportamientos recientes de los operadores que participan en el servicio de radio comercial abierta en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas contrarios al proceso de competencia y libre concurrencia. Asimismo, no se cuenta con información que involucre a las partes en algún procedimiento para investigar un posible daño al proceso de competencia y libre concurrencia.

Fracción VI del artículo 13 de la LFCE:

"Artículo 13 (...)

VI. Los criterios que se establezcan en el Reglamento de esta Ley así como los criterios técnicos que para tal efecto emita la Comisión."

Al respecto, en el artículo 13 del RLFCE, se establece:

"Artículo 13.- Para determinar si un agente económico tiene poder sustancial en el mercado relevante, de conformidad con la fracción VI del artículo 13 de la Ley, se deben considerar los criterios siguientes:"

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

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

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

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

A continuación se evalúan los criterios para determinar si un agente económico tiene poder sustancial en el servicio evaluado, de conformidad con el artículo 13 del RLFCE, en correlación con la fracción VI del artículo 13 de la LFCE.

"Artículo 13. (...)

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

21 En Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, la participación medida en número de estaciones, que el agente económico ORM/ [REDACTED] alcanzaría después de la Operación, sería de [REDACTED] ubicando a este grupo como el participante con mayor participación en el servicio. Asimismo, en términos de audiencia, la participación de ORM/ [REDACTED] sería de alrededor de cuarenta por ciento [REDACTED]

Por su parte, la participación en el servicio evaluado de ORM/ [REDACTED] es mayor que la participación de [REDACTED] cada uno con una participación de [REDACTED] en términos de estaciones y de [REDACTED] en términos de audiencia. Lo anterior, aunado a que la Cesionaria ya participa en la operación de la estación objeto de la Operación.

Fracción II del artículo 13 del RLFCE:

"Artículo 13. (...)

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

(...)."

Dadas las características del servicio analizado, al tratarse de servicios que se ofrecen en territorio nacional, la presente fracción no aplica para el análisis de poder sustancial.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

Por último, la fracción III del artículo 13 del RLFCCE señala que deben considerarse:

"Artículo 13. (...)

- III. La existencia de diferenciales elevados en costos que pudieran enfrentar los consumidores al acudir a otros proveedores.
(...)." 2

Los radioescuchas en la localidad objeto de análisis no podrían acudir a otros proveedores de servicios de radio comercial abierta con cobertura fuera de Tuxtla Gutiérrez, pues hacerlo les implicaría desplazarse y pagar costos de traslado. Asimismo, los anunciantes locales estarían limitados en acudir a otros proveedores con estaciones de radio con cobertura de servicio fuera de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, pues no alcanzarían a su población objetivo que se encuentra dentro de dicha localidad.

Artículo 18, fracción III, de la LFCE.

"Artículo 18. Para determinar si la concentración debe ser impugnada o sancionada en los términos de esta Ley, la Comisión deberá considerar los siguientes elementos:

(...)

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

(...)." 5

En relación con los demandantes del servicio, la Operación tendrá por efecto que el participante de mayor tamaño en el mercado relevante adquiera el título de concesión otorgado a otro. En consecuencia:

- El número de participantes se reducirá de [REDACTED] además de ORM/[REDACTED] sólo existirán [REDACTED] participantes en el servicio de radio comercial abierta en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; y
- La [REDACTED] se constituirá en el competidor con mayor participación en el servicio evaluado, de [REDACTED] en términos de estaciones y [REDACTED] en términos de audiencia.

Si bien el Cesionario se encuentra en suspensión de actividades, al ser titular de la concesión ostenta el derecho de ejercer las actividades económicas autorizadas y puede constituirse como un participante más en el mercado.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

En relación con lo anterior, la posible acumulación de estaciones por parte de la [REDACTED] con el alto porcentaje de participación de audiencia asociada, colocaría a este grupo en una posición dominante dentro del servicio analizado.

En estos términos, se identifican los siguientes elementos en el mercado relevante analizado:

- Existen barreras a la entrada que restringen la libre concurrencia. La principal barrera normativa consiste en la necesidad de contar con una concesión para que autorice la prestación del servicio relevante en el área geográfica relevante. Además, el espectro radioeléctrico que constituye un insumo para proveer el servicio de radio comercial es un recurso de disponibilidad limitada. Por otra parte, una parte significativa de los costos en que incurriría un nuevo participante en el servicio, se relaciona con la inversión inicial requerida para instalar una estación de radio.
- Dado que solamente existirían [REDACTED] competidores de ORM/[REDACTED], los usuarios (anunciantes y radioescuchas) tendrían pocas opciones para acudir a otros proveedores de los servicios de radio comercial abierta en el servicio analizado. El agente ORM/[REDACTED] obtendría el control de [REDACTED] de las [REDACTED] estaciones comerciales en el servicio de radio comercial abierta en Tuxtla Gutiérrez, lo cual le facilitaría la comisión de prácticas anticompetitivas unilateralmente.
- Los competidores de ORM/[REDACTED] controlarían una cantidad menor de estaciones de radio, lo cual dificultaría contrarrestar el poder de mercado que le confiere a ORM/[REDACTED] su participación en el servicio evaluado. ORM/[REDACTED] sería el operador con la mayor cantidad de estaciones y la mayor variedad y cantidad de audiencia en el servicio de radio comercial abierta en Tuxtla Gutiérrez, lo cual le podría permitir fijar precios o restringir el abasto en el servicio analizado de manera unilateral, sin que los agentes competidores ni los anunciantes puedan, actual o potencialmente, contrarrestar dicho poder, lo que genera riesgos de facilitar sustancialmente el ejercicio de prácticas monopólicas prohibidas por la LFCE.

Por lo anterior, no se puede descartar que la Operación genera riesgos para las condiciones de competencia en el mercado relevante, pues al aumentar su participación y capacidad económica en él, el agente económico al que pertenece el Cesionario, ORM/[REDACTED] tendrá la capacidad para incurrir en comportamientos unilaterales que pudieran tener efectos adversos en el proceso de

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

competencia y, en consecuencia, afectar mediante el incremento de precios o reducción de la oferta a los anunciantes que demandan espacios publicitarios, sin que sus competidores tengan la capacidad de contrarrestarlos.

En relación con lo anterior, la posible acumulación de control de estaciones por parte de la [REDACTED] colocaría a este grupo en una posición dominante dentro del servicio analizado.

Artículo 18, fracción IV, de la LFCE.

"Artículo 18. Para determinar si la concentración debe ser impugnada o sancionada en los términos de esta Ley, la Comisión deberá considerar los siguientes elementos:

(...)

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

(...)." 2

En cuanto al Cesionario, el grupo al que pertenecen sus accionistas, identificado como ORM/[REDACTED] controla, directa o indirectamente, a diversas sociedades concesionarias de estaciones de radio a través de ORM.

Tal como se ha precisado previamente, en el servicio analizado, ORM/[REDACTED] tiene actualmente [REDACTED] de las [REDACTED] concesiones de estaciones existentes.

Artículo 18, fracción V, de la LFCE.

"Artículo 18. Para determinar si la concentración debe ser impugnada o sancionada en los términos de esta Ley, la Comisión deberá considerar los siguientes elementos:

(...)

V. Los elementos que aporten los agentes económicos para acreditar la mayor eficiencia del mercado que se lograría derivada de la concentración y que

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

*incidirá favorablemente en el proceso de competencia y libre concurrencia,
(...).*"

Las partes involucradas en la Operación no aportaron elementos para acreditar eficiencias en el servicio de radio comercial abierta en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas que se lograrían como consecuencia de dicha Operación.

Artículo 18, fracción VI, de la LFCE.

"Artículo 18. Para determinar si la concentración debe ser impugnada o sancionada en los términos de esta Ley, la Comisión deberá considerar los siguientes elementos:

(...)

VI. Los demás criterios e instrumentos analíticos que prescriba el Reglamento de esta Ley."

Al respecto, el artículo 16 del Reglamento de la LFCE instruye que:

"Artículo 16.- Para efectos de la fracción V del artículo 18 de la Ley, se considerará que una concentración logrará una mayor eficiencia del mercado e incidirá favorablemente en el proceso de competencia y libre concurrencia, cuando los agentes económicos demuestren que las aportaciones al bienestar del consumidor que se derivarán de dicha concentración superarán de forma permanente sus efectos anticompetitivos.

Para demostrar lo anterior, los agentes económicos pueden acreditar, entre otras, las siguientes ganancias en eficiencia:

- I. La obtención de ahorros en recursos que permitan, de manera permanente, producir la misma cantidad del bien a menor costo o una mayor cantidad del bien al mismo costo;*
 - II. La obtención de menores costos si se producen dos o más bienes o servicios de manera conjunta que separadamente;*
 - III. La disminución significativa de los gastos administrativos;*
 - IV. La transferencia de tecnología de producción o conocimiento de mercado, y*
 - V. La disminución del costo de producción o comercialización derivada de la expansión de una red de infraestructura o distribución.*
- (...).*"

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

Los conceptos que deben ser considerados como ganancias en eficiencia, a los que se refiere la fracción VI del artículo 18 de la LFCE, se establecen en el artículo 16 del RLFCE. De conformidad con estas disposiciones, las ganancias en eficiencia deben derivarse de la concentración analizada; superar sus efectos anticompetitivos, esto es, deben tener un efecto neto positivo en la competencia y libre concurrencia; y, ser acreditadas por la Promovente.

No obstante, de la información que consta en el expediente, el agente Promovente no presentó elementos para acreditar ganancias en eficiencia que puedan derivar de la transacción y que, en su caso, puedan incluir favorablemente en las condiciones de competencia y libre concurrencia en el mercado analizado.

Objeto o efecto de la Operación

El artículo 17 de la LFCE señala que se deben analizar si la Operación tiene el objeto o efecto de disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre concurrencia. De ser así, deben ser impugnadas o sancionadas en términos de la LFCE.

A continuación se evalúan cada uno de los índices que ordena el artículo 17 de la LFCE y determinar si la Operación tiene el objeto o efecto sea disminuir, dañar o impedir la competencia y la libre concurrencia.

Artículo 17, fracción I, de la LFCE.

"Artículo 17.- En la investigación de concentraciones, la Comisión habrá de considerar como indicios de los supuestos a que se refiere el artículo anterior, que el acto o tentativa:

(...)

I.- Conflera o pueda conferir al fusionante, al adquirente o agente económico resultante de la concentración, el poder de fijar precios unilateralmente o restringir sustancialmente el abasto o suministro en el mercado relevante, sin que los agentes competidores puedan, actual o potencialmente, contrarrestar dicho poder;

(...)."

El servicio de radio comercial abierta en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, después de la Operación, presentará las siguientes características:

- El grado de concentración del servicio analizado antes de la Operación se encuentra en el límite para ser considerado como un servicio altamente

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

concentrado. A través de la Operación, el Cesionario aumentará su participación y posición en el mercado relevante.

- El agente económico al que pertenece el Cesionario alcanzaría una participación en el servicio de radio comercial abierta en Tuxtla Gutiérrez de [REDACTED] en términos de estaciones y de aproximadamente [REDACTED] en términos de audiencia. Por su parte, la participación de los [REDACTED] principales competidores de ORM/[REDACTED] sería de [REDACTED] en términos de estaciones y de entre [REDACTED] en términos de audiencia;
- El número de competidores se reduciría de [REDACTED];
- La acumulación de estaciones otorga una ventaja competitiva en el servicio evaluado, debido a la potencial exposición que pudieran tener los anunciantes con un mayor número de estaciones con las que contaría ORM/[REDACTED];
- A pesar que algunos competidores de la Familia Quiñonez tienen presencia regional, los ingresos por publicidad provienen principalmente de anunciantes locales;
- Existen barreras a la entrada. La primera es de carácter normativo, pues para entrar al servicio de radio comercial abierta es necesario contar con una concesión otorgada por el gobierno mexicano para instalar una estación de radio. Asimismo, existen barreras de carácter técnico, en el sentido de que el espectro radioeléctrico, que es un insumo determinante para operar una estación de radio, es un recurso limitado, por lo que el servicio analizado soporta un número limitado de estaciones de radio. En ese sentido, no se vislumbra la entrada inmediata de un competidor adicional.

Al considerar los elementos identificados, actualmente no se puede descartar que la Operación pueda conferir al agente económico ORM/[REDACTED] al que pertenece el Cesionario, el poder de fijar precios unilateralmente o restringir sustancialmente el abasto o suministro en el servicio analizado, sin que los agentes competidores puedan, actual o potencialmente, contrarrestar su poder.

Artículo 17, fracción II, de la LFCE.

Artículo 17.- En la investigación de concentraciones, la Comisión habrá de considerar como indicios de los supuestos a que se refiere el artículo anterior, que el acto o tentativa:

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

(...)

II.- Tenga o pueda tener por objeto indebidamente desplazar a otros agentes económicos, o impedirles el acceso al mercado relevante;

(...)

Actualmente, no se puede descartar que, derivado de la Operación, el agente económico ORM/[REDACTED] obtendrá poder e incentivos para desplazar (indebidamente a otros agentes económicos o impedir el acceso al servicio analizado por las siguientes consideraciones:

- a) El número de competidores en el servicio se reducirá de [REDACTED] colocando a ORM/[REDACTED] con una participación de [REDACTED] medida en términos de estaciones y de aproximadamente [REDACTED] en términos de audiencia.
- b) La acumulación de estaciones otorga una ventaja competitiva en el servicio de radio comercial abierta en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas debido a la potencial exposición que pudieran tener los anunciantes por medio del mayor número de estaciones con las que contaría ORM/[REDACTED]. En el presente caso, ORM/[REDACTED] obtendría [REDACTED] de las [REDACTED] estaciones que existen en el servicio analizado.
- c) Existen restricciones de carácter técnico y normativo que limitan el acceso al servicio de radio comercial abierta, como la necesidad de contar con espectro radioeléctrico, y un título de concesión habilitante del mismo. Es importante señalar que la única manera de incrementar el número de competidores en el servicio, es a través de licitaciones de espectro para el otorgamiento de concesiones de radio comercial abierta. Cualquier modificación en la normatividad que permita incrementar el número de frecuencias disponibles de radio en la localidad evaluada, podría modificar la estructura del servicio analizado.

Artículo 17, fracción III, de la LFCE.

Artículo 17.- En la investigación de concentraciones, la Comisión habrá de considerar como indicios de los supuestos a que se refiere el artículo anterior, que el acto o tentativa:

(...)

III.- Tenga por objeto o efecto facilitar sustancialmente a los participantes en dicho acto o tentativa el ejercicio de las prácticas monopólicas a que se refiere

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

el capítulo segundo de esta ley.

Después de la Operación la ORM/ [REDACTED] tendrá una participación en los servicios de radio comercial abierta en Tuxtla Gutiérrez de [REDACTED] en términos de estaciones y aproximadamente [REDACTED] en términos de audiencia.

La acumulación de estaciones otorga una ventaja competitiva en el servicio de radio comercial abierta en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, debido a la potencial exposición que pudieran tener los anunciantes con un mayor número de estaciones con las que contaría ORM/ [REDACTED]. La participación de los [REDACTED] principales competidores de ORM/ [REDACTED] en la localidad relevante sería de [REDACTED] cada uno en términos de estaciones, y de aproximadamente [REDACTED] [REDACTED] en términos de audiencia. Los competidores actuales no podrían, actual o potencialmente, contrarrestar el poder del agente ORM/ [REDACTED] [REDACTED] después de la operación. Existen barreras a la entrada, por lo que no se vislumbra la entrada de competidores adicionales.

Los cambios que tengan por efecto incrementar el número de frecuencias disponibles de radio en la localidad evaluada pueden tener efectos positivos en la estructura y las condiciones de competencia económica del servicio analizado. No obstante, en caso de que las condiciones del servicio de radio comercial abierta cambien, la legislación permite a los Promoventes volver a tramitar la cesión analizada ante el Instituto, la cual será analizada contemplando las condiciones en el servicio de radio comercial abierta en la localidad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas que en ese momento prevalezcan.

Por otra parte, el agente Promovente no identificó que como consecuencia de la operación se generen ganancias en eficiencia que incluyan favorablemente en el proceso de competencia.

Al considerar en su conjunto los elementos identificados, actualmente no se puede descartar que la Operación tenga por objeto o efecto facilitar sustancialmente a los participantes en dicho acto o tentativa el ejercicio de prácticas monopólicas en el servicio analizado.

[REDACTED]

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

Con base en lo anterior y con fundamento en lo dispuesto por los artículos 28, párrafos décimo quinto, y décimo sexto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; Segundo transitorio, párrafo segundo, del "Decreto por el que se expide la Ley Federal de Competencia Económica y se reforman y adicionan diversos artículos del Código Penal Federal", publicado en el Diario Oficial de la Federación el veintitrés de mayo de dos mil catorce; 1o., 2o., 3o., 12, 13, 17, 18, 24, fracciones XVI y XIX, 25, último párrafo, y 33 bis 1, de la Ley Federal de Competencia Económica publicada en el Diario Oficial de la Federación el veinticuatro de diciembre de mil novecientos noventa y dos, cuya última reforma fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el nueve de abril de dos mil doce; 12, 13, 16, 56, fracción IV, 58, 59 y 60 del Reglamento de la Ley Federal de Competencia Económica publicado en el Diario Oficial de la Federación el doce de octubre de dos mil siete; y 1, párrafos primero y tercero, 2, fracción X, 4, fracción I, 6, fracción XXXVII, 7 y 8, del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, publicado en el Diario Oficial de la Federación el cuatro de septiembre de dos mil catorce y modificado mediante acuerdo del Pleno del Instituto publicado en el Diario Oficial de la Federación el diecisiete de octubre de dos mil catorce, el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, resuelve lo siguiente:

III. RESOLUTIVOS

PRIMERO. El Instituto Federal de Telecomunicaciones emite opinión no favorable a la cesión de derechos y obligaciones, a favor de Radiodifusora XERPR-AM, S.A. de C.V., de la concesión que ampara la operación de la estación de radio comercial con distintivo XHRPR-FM, ubicada en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

SEGUNDO. Notifíquese personalmente a la representante legal de Radiodifusora XERPR-AM, S.A. de C.V., la presente resolución.

TERCERO. Remítase copia de esta resolución a la Unidad de Concesiones y Servicios, a efecto que el Titular de la Unidad para los efectos a que haya lugar.

PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
OPINIÓN EN MATERIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA
EXPEDIENTE NO. IFT/UC/OCC/0001/2013
RADIODIFUSORA XERPR-AM, S.A. DE C.V.

21
CUARTO. [REDACTED]

Gabriel Oswaldo Contreras Saldívar
Presidente

Luis Fernando Borjón Figueroa
Comisionado

Ernesto Estrada González
Comisionado

Adriana Sofía Labardini Inzunza
Comisionada

María Elena Estavillo Flores
Comisionada

Mario Germán Fromow Rangel
Comisionado

Adolfo Cuevas Teja
Comisionado

La presente Resolución fue aprobada por el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones en su V Sesión Ordinaria celebrada el 18 de marzo de 2015, por unanimidad de votos de los Comisionados presentes Gabriel Oswaldo Contreras Saldívar, Luis Fernando Borjón Figueroa, Ernesto Estrada González, Adriana Sofía Labardini Inzunza, María Elena Estavillo Flores, Mario Germán Fromow Rangel y Adolfo Cuevas Teja, con fundamento en los párrafos vigésimo, fracciones I y III; y vigésimo primero, del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; artículos 7, 16 y 45 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión; artículos 5 y 18 de la Ley Federal de Competencia Económica; así como en los artículos 1, 7, 8 y 12 del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones, mediante Acuerdo P/IFT/180315/90.