



COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA  
MÉXICO

## NIEGA LA CFC AUTORIZACIÓN A CONCENTRACIÓN PLANTEADA POR TELEVISIA-IUSACELL

CFC 03-2012

- *Por mayoría el Pleno determinó que la concentración puede dañar la competencia en televisión abierta y restringida; también reconoce que una inyección de capital en Iusacell puede ser procompetitiva en telefonía móvil*
- *Una menor competencia en televisión abierta encarece la publicidad, lo que incrementa el costo de los bienes de consumo que usan esta publicidad y por lo tanto reduce el bienestar de los consumidores*
- *Pueden las empresas presentar compromisos que resuelvan los problemas de competencia en el recurso de reconsideración; si los compromisos efectivamente resuelven los problemas de competencia, la CFC podría autorizar la concentración sujeta a su cumplimiento*

Martes 07 de febrero de 2012.- La Comisión Federal de Competencia (CFC) concluyó el proceso de notificación a las partes involucradas su resolución sobre la concentración Televisa-Iusacell (CNT-031-2011), decidida por el Pleno el pasado martes 24 de enero. Con ello, conforme al último párrafo del Art. 31 bis de la Ley de Competencia, la Comisión está en posición de hacer pública su decisión.<sup>1</sup>

La concentración planteada conduciría a que Grupo Televisa controlara el 50 por ciento de las acciones de Iusacell por un precio de 1,600 millones de dólares. Grupo Salinas, propietario de TV Azteca, mantendría el 50 por ciento restante de la empresa. Ambos grupos tendrían iguales derechos corporativos en Iusacell.

Una asociación de esta magnitud, con poder de veto de cualquiera de las partes sobre las decisiones corporativas de la empresa conjunta y con mecanismos formales para la comunicación entre Grupo Salinas y Grupo Televisa, crea nuevos y poderosos incentivos económicos para que las partes no sólo cooperen en la empresa conjunta, sino también se coludan en otros mercados. Así lo indican contundentemente tanto la teoría económica como la práctica internacional en materia de análisis de concentraciones. **La concentración, en los términos planteados por las empresas, no se reduce a una coinversión en Iusacell, sino que induce casi forzosamente la coordinación entre ambos grupos económicos en todos los mercados en los que coinciden.**

**-Sigue-**

Página 1 de 3

<sup>1</sup> La versión pública de la resolución íntegra (103 páginas) está disponible en <http://resoluciones.cfc.gob.mx/DOCS/Concentraciones/V415/2/1622245.pdf>



COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA  
MÉXICO

Página 2 de 3

En estas circunstancias, el Pleno de la CFC resolvió negar su autorización a la concentración planteada, por considerar que en los términos planteados por las partes disminuye, daña o impide la competencia y la libre concurrencia en los mercados, conforme lo establecen los artículos 16 y 17 de la Ley de Competencia.

Específicamente, el Pleno de la CFC consideró que la concentración planteada tiene los siguientes impactos sobre el proceso de competencia en los principales mercados afectados:

- En telefonía móvil, no origina riesgos para la competencia; al contrario, una inyección de capital a lusacell puede redundar en una competencia más vigorosa en favor de los usuarios. Sin embargo, **la transacción planteada no es la única manera de lograr estos beneficios**; también podrían materializarse, por ejemplo, con la inyección de recursos a lusacell de cualquier otra fuente distinta a su principal competidor en otros mercados, o a través de una estructura accionaria que no indujera la cooperación entre competidores.
- En televisión abierta, genera riesgos graves para la competencia. Se trata de un mecanismo que crea nuevos incentivos para la coordinación entre las dos empresas que representan, en conjunto, el 95 por ciento de las concesiones totales de televisión abierta y el 100 por ciento de las cadenas nacionales, en un mercado con altísimas barreras a la entrada.

La competencia en televisión abierta tiene un impacto horizontal en otros mercados, y a través de ellos en el bienestar de los consumidores: el 57 por ciento del gasto total en publicidad en México se destina a la televisión abierta, lo cual muestra que publicitarse en este medio es esencial para competir en diversos mercados, sobre todo de bienes de consumo masivo. Si el precio de la publicidad en televisión abierta se incrementa como resultado de una menor competencia en este mercado, las empresas anunciantes enfrentan costos mayores e incrementan sus precios al consumidor final, que a su vez ve reducido su bienestar. Todo esto sin considerar la importancia de la televisión abierta para transmitir mensajes de interés público.

**-Sigue-**

Página 2 de 3



COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA  
MÉXICO

Página 3 de 3

- En televisión restringida, la participación (*share*) los canales de televisión abierta en la audiencia total es de más del 40 por ciento. La probable coordinación entre Televisa y TV Azteca provoca riesgos de que estos contenidos de televisión abierta (entre ellos, por ejemplo, la totalidad de los derechos de transmisión de partidos de fútbol de la primera división mexicana) se utilicen como palanca para desplazar indebidamente del mercado a empresas de televisión restringida que no están integradas verticalmente con las partes.

El objetivo del mecanismo de control de concentraciones previsto en la Ley de Competencia es precisamente prevenir estas formas de disminución, daño o impedimento a la competencia futura. **Los beneficios en un mercado no pueden servir para justificar los daños a la competencia en otros mercados.** En consecuencia, el Pleno de la CFC resolvió negar su autorización para la concentración en los términos planteados por las empresas.

Conforme al artículo 19 de la Ley Federal de competencia y el artículo 17 de su Reglamento, si las empresas proponen compromisos que resuelvan los problemas de competencia asociados a la operación, la CFC analizará estos compromisos y, en caso de que resuelvan eficaz y sostenidamente los problemas de competencia, podría aprobar la concentración a condición de que se cumplan.

Las partes no propusieron compromisos durante el proceso de análisis de la concentración. Si así lo deciden, pueden proponerlos en el recurso de reconsideración que prevé la Ley, para cuya presentación las empresas cuentan con 30 días hábiles.

La decisión del Pleno de la CFC se tomó por mayoría, con el voto de los Comisionados Eduardo Pérez Motta, Rodrigo Morales Elcoro y Miguel Flores Bernés. Votaron en contra de la resolución los Comisionados Luis Alberto Ibarra Pardo y Cristina Massa Sánchez, por considerar que “la concentración notificada podría lograr una mayor eficiencia en el funcionamiento del mercado de los servicios de telefonía móvil, lo que incidiría favorablemente en el proceso de competencia y libre concurrencia, en tanto que los posibles efectos contrarios a dicho proceso en otros mercados pudieron haber sido corregidos o prevenidos mediante condiciones impuestas por esta autoridad”.

-o0o-