



Ciudad de México, a 29 de abril de 2016

Ing. Alejandro Navarrete Torres
Jefe de la Unidad de Espectro Radioeléctrico
Instituto Federal de Telecomunicaciones
Presente

023363
CANTON
INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES
2016 ABR 29 AM 11 20
OFICINA DE PARTES
RECIBIDO

Estimado Alejandro:

El día de ayer tuvimos la oportunidad de presentar el estudio ante diversos miembros del Pleno del Instituto, acordando -como siempre, con la buena voluntad de trabajar- de que tu área pueda recibirnos y desmenuzar el documento que te adjunto.

Atentamente


Lic. Miguel Orozco Gómez
Director General

EIFT16-21648



Comentarios Pre Bases de Licitación

Radio

Ciudad de México 28 de abril 2016



Consejo Coordinador Empresarial



concamin

Comentarios Pre Bases de Licitación

Radio

Ciudad de México 28 de abril 2016

Contenido

PRESENTACIÓN	2
1. Rectoría económica del estado del Instituto Federal de Telecomunicaciones	4
1. Caso específico de la radio	6
i. Competencia en horarios.....	7
ii. Competencia en programación.....	8
iii. Competencia en publicidad (número de anuncios por programa)	9
2. Aspectos sobre pre bases de licitación	10
i. Número de habitantes	11
ii. Cobertura efectiva en el servicio	13
iii. Nivel promedio de ganancias en el mercado.....	14
iv. Concentración de la renta económica.....	15
v. Concesión de estaciones en función de la capacidad del espectro.....	16
3. Licitaciones: El mandato de la Constitución y la Ley	17
i. Convergencia en el IFT de funciones regulatorias y de competencia económica	28
ii. Modelo actual de Licitación	28
iii. Algunos criterios a considerar en el análisis de mercado	33
iv. Algunos supuestos de valoración y objetivos en la integración del programa anual de licitaciones	35
4. Estudios de caso	41
Situación económica de las entidades federativas	42
4. Aguascalientes.....	49
5. Baja California.....	51
6. Baja California Sur	53
7. Campeche	55
8. Chihuahua	57
9. Chiapas.....	59
10. Coahuila	62
11. Colima	64
12. Durango	66
13. Guerrero	68
14. Guanajuato	71
15. Jalisco	73
16. Estado de México	76
17. Michoacán	78
18. Nayarit.....	81
19. Oaxaca.....	83
20. Puebla	86
21. Quintana Roo.....	89
22. Querétaro	92
23. Sinaloa.....	94
24. Sonora	96
25. Tabasco	98
26. Veracruz.....	100
27. Yucatán	103
28. Zacatecas	105
5. Mensaje Final	107

PRESENTACIÓN.

Bajo el amparo de la Libertad de Asociarse, nacen nuestras Instituciones, como un mecanismo dinámico de convivencia y donde se puede expandir su horizonte vital, participando con otras personas en la consecución de ciertos fines.

Creemos que la participación asociativa incrementa el sentimiento cívico de los ciudadanos, les permite incidir de forma más directa en las decisiones importantes de su comunidad y refuerza los vínculos con la autoridades.

Toda institución debe saber cual es el rol que le toca cumplir en la sociedad dentro del marco del servicio que brindará, siendo así tenemos en cuenta los siguientes aspectos:

- Promovemos la libre empresa.
- Representamos los legítimos intereses de nuestros asociados.
- Facilitamos la vinculación de oportunidades de negocios a sus asociados.
- Brindamos asistencia y servicios empresariales especializados.
- Impulsar la competitividad en una economía en creciente globalización.
- Acercarnos a la cultura empresarial del mundo, a los esquemas de gestión de la innovación empresarial, a la innovación comercial.
- En definitiva, la adecuación de la vida económica a los tiempos presentes y venideros.

Lo anterior demuestra que no sólo la actividad comercial es lo que nos interesa, sino que además existe una gran preocupación por organizarse e impulsar su actividad comercial.

Los organismos empresariales estamos llamados, por su naturaleza, por su historia, y por sus estatutos, a ser un referente social e institucional. Para ello, no sólo debe ser de excelencia su servicio; debe de tener acciones que se acerquen a ese objetivo finalista que es ofrecer a la sociedad caminos y conductas dirigidas al progreso económico, al progreso comercial y empresarial.

De acuerdo a lo establecido por la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones, somos órganos de consulta y colaboración del Estado; por ello, mantenemos una relación estrecha, armónica y propositiva con los tres niveles de gobierno y los poderes de la nación.

Siempre hemos sido respetuosos de las decisiones que la autoridad toma dentro del marco de sus atribuciones, vigilando que éstas sean responsables, en función de las necesidades de la sociedad y en respeto del desarrollo y estabilidad de las empresas.

En el mes de marzo del año pasado, conocimos la modificación del Programa Anual de Uso y Aprovechamiento de Bandas de Frecuencias 2015 por parte del Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). Una de sus partes sustanciales muestra el interés de este Instituto por licitar el otorgamiento de concesiones de bandas de frecuencias de espectro determinado para uso comercial para el servicio de radiodifusión, en diversas regiones del país.

Con esta acción, reconocemos que el IFT da cabal cumplimiento a uno de los objetivos de la reforma en materia de telecomunicaciones: que exista mayor participación de actores en el mercado y potencializar la cobertura, la inversión y el desarrollo de infraestructura, todo ello orientado a generar beneficios tangibles para los mexicanos.

Considerando la propuesta impulsada por el IFT, señalamos que existen plazas en el país —incluidas tanto en la modificación del Programa Anual de Uso y Aprovechamiento de Bandas de Frecuencias 2015, como en el de 2016— que actualmente se encuentran saturadas respecto a la oferta de estaciones de radiodifusión comerciales. De tal forma, la inclusión de una (o de algunas) nuevas estaciones de radiodifusión detonarían en sentido negativo estos mercados. Creemos que si no se analiza y cuida la viabilidad económica, plaza por plaza, las nuevas estaciones no serán rentables y se terminará por afectar a las estaciones ya existentes.

Es importante destacar que el posible aumento de estaciones de radiodifusión no conlleva un crecimiento de la demanda publicitaria, porque ésta presenta rendimientos decrecientes. Es decir, en palabras llanas, el “pastel publicitario” no crecerá, todo lo contrario; es posible que se sature. Está demostrado que saturar mercados no provoca una competencia efectiva, sino que produce efectos negativos sobre los consumidores, sus comportamientos y dinámicas de consumo. El exceso de oferta de un producto en el mercado puede provocar la imposibilidad de su venta porque la demanda tiende a ser elástica, ya que la disminución del precio del servicio de radiodifusión no necesariamente implica una mayor cantidad demandada del servicio. En este sentido, es importante entender que la saturación del mercado con un producto puede provocar la caída de su precio.

Es la intención del presente trabajo destacar el actual contexto que vive la industria: existe una disminución del gasto publicitario general y una férrea competencia por las audiencias debido a la emergencia y utilización de nuevas tecnologías, como el internet. Asimismo, el otorgamiento de un mayor número de concesiones puede conducir a la pérdida de la sustentabilidad económica de muchas empresas que actualmente cuentan con una concesión. En este sentido, las empresas entrantes también estarían sufriendo esta poca sustentabilidad.

1. RECTORIA ECONÓMICA DEL ESTADO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES.

La rectoría económica del Estado está prevista como concepto y regulada en sus características más importantes en el artículo 25 de la Constitución, y entendiéndola como la facultad que tiene el Estado para planear, conducir, coordinar y orientar la actividad económica nacional, así como la regulación y fomento de las actividades que demanda el interés general en el marco de libertades que otorga la norma fundamental

Las facultades rectoras del Estado buscan propiciar el desarrollo nacional y que éste sea integral y sustentable, que fortalezca la Soberanía de la Nación y su régimen democrático y que, mediante el fomento del crecimiento económico y el empleo y una más justa distribución del ingreso y la riqueza, permita el pleno ejercicio de la libertad y la dignidad de los individuos, grupos y clases sociales, cuya seguridad protege la Constitución.

Al establecer las facultades de rectoría económica del Estado, el artículo 25 de la Carta Magna también señala dos importantes obligaciones a cargo del Estado: **a)** en su cuarto párrafo, establece que el Estado deberá apoyar e impulsar, bajo criterios de equidad social y productividad, a los sectores social y privado de la economía, sujetándolos a las modalidades que dicte el interés público, así como al uso, en beneficio general, de los recursos productivos, cuidando su conservación y el medio ambiente, y **b)** en el octavo párrafo, prevé que deberán expedirse leyes que alienten y protejan la actividad económica que realicen los particulares y proveerán las condiciones para que el desenvolvimiento del sector privado contribuya al desarrollo económico nacional, en los términos que establece la propia Constitución.

En resumen, podemos señalar dos importantes obligaciones a cargo del Estado: **a)** establece que deberá apoyar e impulsar a los sectores social y privado de la economía, sujetándolos a las modalidades que dicte el interés público, y **b)** prevé que deberán