



Licitación No. IFT-1

Requisito 1.10

México, Distrito Federal a 3 de septiembre del 2014.

Unidad de Competencia Económica del
Instituto Federal de Telecomunicaciones
Insurgentes Sur No. 1143, Col. nochebuena
Delegación Benito Juárez, C.P. 03720
México, Distrito Federal
P r e s e n t e

En términos de lo establecido en las "Bases de Licitación Pública para Concesionar el Uso, Aprovechamiento y Explotación Comercial de Canales de Transmisión para la Prestación del Servicio Público de Televisión Radiodifundida Digital, a efectos de formar dos Cadenas Nacionales en los Estados Unidos Mexicanos" (Licitación No. IFT-1), el suscrito en representación de Centro de Información Nacional de Estudios Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable, me permito señalar, que con respecto al punto 1.10 del presente cuestionario, en donde solicita:

1.10 De las controladoras de última instancia y de las personas o sociedades que cuentan con concesiones y permisos que haya identificado en los puntos 1.5 y 1.6 anteriores identifique:

a) A los miembros del consejo de administración, el cargo y su duración en el mismo:

1.- Centro de Información Nacional de Estudios Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable, como Solicitante, conforme a lo estipulado en sus estatutos, está regido por un **Consejo de Administración**, mismo que se encuentra conformado de la siguiente manera:

	CONSEJEROS PROPIETARIOS DEL	CONSEJO DE ADMINISTRACION.	
Miembros del Consejo de Administración	Puesto que desempeña	Integrantes de los niveles más altos de la Dirección de la empresa	Puesto que desempeña
[Redacted Content]			

000033



Duración del cargo: se desempeñaran por tiempo indefinido hasta que tomen posesión quienes los sustituyen, conforme a la Cláusula Décimo Primera del Escritura Constitutiva de la Sociedad.

b) Si dichos miembros también forman parte de los consejos de administración de otras empresas y, de ser así:

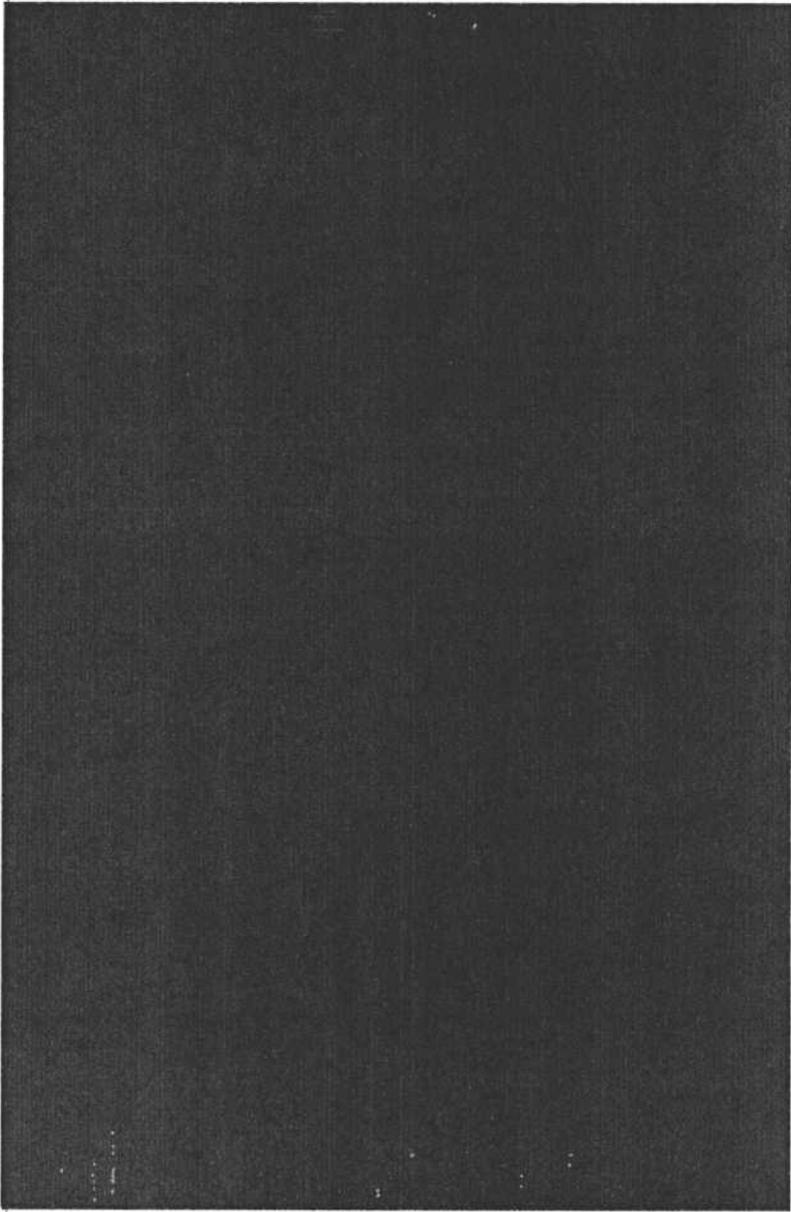
Los miembros del Consejo de Administración que se mencionan en el inciso anterior como la parte Solicitante y que describen en el punto 1.5, 1.6 del presente cuestionario si tienen representación en otras empresas y forman parte de su Consejo de Administración.

c) Precise la denominación de esas empresas y el grupo de interés económico al que pertenecen; y

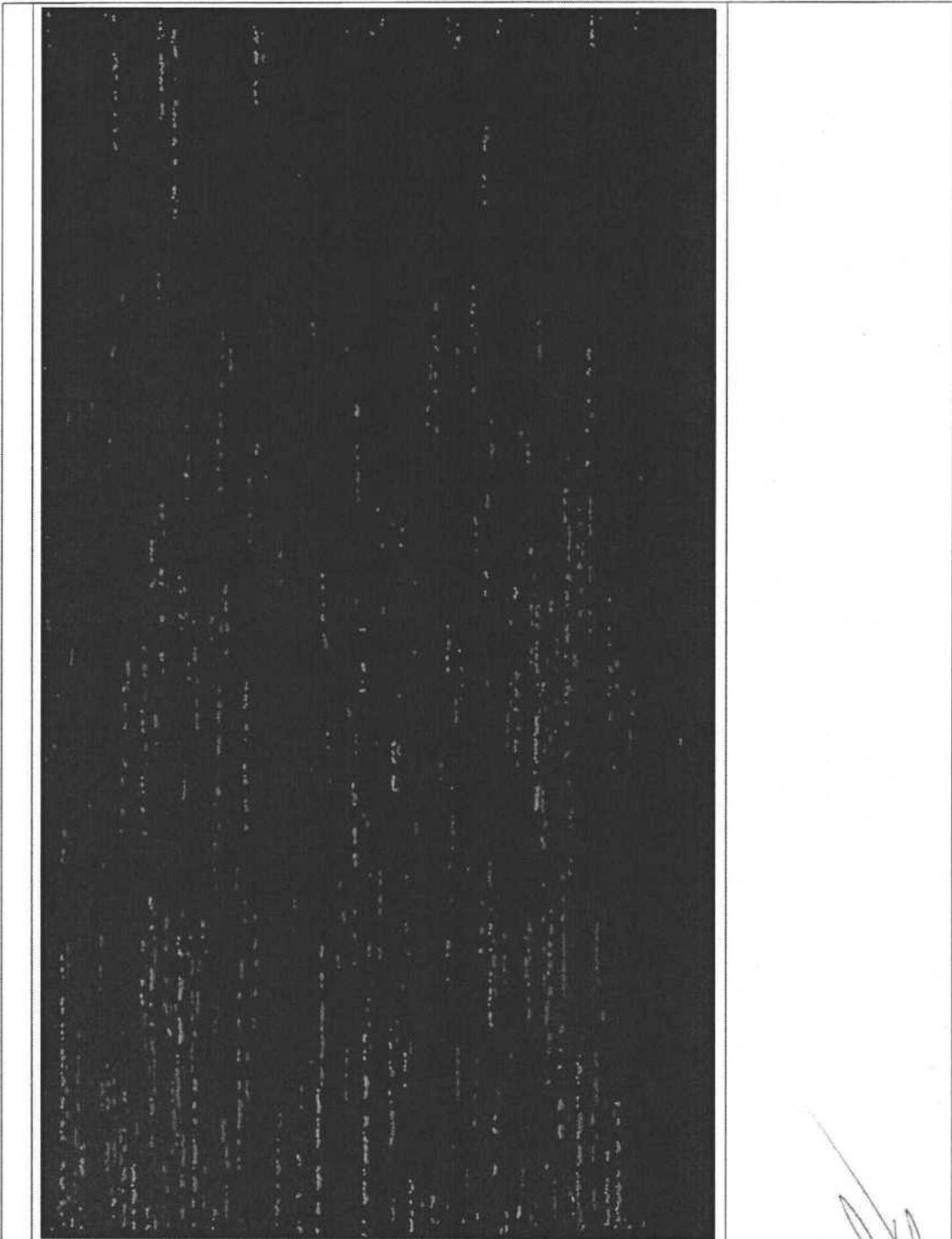
000036



Precisión de la denominación de las otras empresas en los cuales algunos de los miembros del Consejo de Administración del Solicitante son miembros de otros Consejos de Administración, siendo las que a continuación se describen:

DENOMINACION DE LA EMPRESAS.	OBJETO SOCIAL
	<p>EDITORIALES</p> <p>LA IMPRESIÓN Y EDICION DE TODA CLASE DE PERIODICOS, REVISTAS Y LIBROS, ASI COMO LA DISTRIBUCION Y VENTA DE LAS PUBLICACIONES QUE IMPRIMA O EDITE, SEA POR CUENTA PROPIA O DE TERCEROS, ENTRE OTROS.</p>

000087



000033



	RADIODIFUSION
	<p>PRESTACION DE SERVICIOS DE PROGRAMACION, COMERCIALIZACIÓN EN LA INSTALACIÓN Y OPERACIÓN DE RADIODIFUSORAS COMERCIALES EN AM, FM; ASÍ COMO DE FRECUENCIA MODULADA Y DE ESTACIONES TRANSMISORAS DE TELEVISIÓN, TAMBIÉN COMERCIALES, EN LA REPÚBLICA MEXICANA, PREVIA AUTORIZACIÓN QUE EN CADA CASO SE OBTENGA DE LA SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, ASI COMO APOYO EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS PUBLICITARIOS PARA PRENSA RADIO Y TELEVISIÓN.</p> <p>ENTRE OTROS OBJETOS QUE REALIZAN CADA</p>

000000



	UNA DE LAS SOCIEDADES.
--	------------------------

	SERVICIOS DE APOYO
PAPEL [Redacted]	SERVICIOS DE APOYO
GRUPO TRANSPORTE [Redacted]	SERVICIOS DE APOYO
GRUPO SERVICIOS [Redacted]	SERVICIOS DE APOYO

Así mismo, manifiesto a nombre de mi representada como Solicitante, así como sus miembros del Consejo de Administración o sus accionistas que forman parte de otros Consejos de Administración de otras empresas que se describen en el inciso anterior y que tienen relaciones accionarias conforme a lo detallado en los anexos 1.6 y 1.7 del presente cuestionario, **NO PERTENECEN A NINGUN GRUPO DE INTERES ECONÓMICO.**

000090



d) Si cuentan con concesiones y permisos para prestar servicios de telecomunicaciones y radiodifusión, de ser el caso, describa el tipo de servicios y las coberturas geográficas autorizadas, así como el tipo de servicios efectivamente prestados.

Descripción de las concesiones y permisos para prestar los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión, el tipo de servicios que se presta y las coberturas geográficas autorizadas otorgadas a la Solicitante y de las sociedades en las cuales sus miembros del Consejo de Administración también son parte del Consejo de Administración de esas sociedades:

CONCESIONES Y PERMISOS OTORGADOS POR EL GOBIERNO FEDERAL

- **LA SOLICITANTE "CENTRO DE INFORMACIÓN NACIONAL DE ESTUDIOS TEPEYAC, S.A. DE C.V." NO CUENTA CON NINGUNA CONCESIÓN Y/O PERMISOS** para prestar servicios de telecomunicaciones y radiodifusión otorgado por el Gobierno Federal y de la que sea directamente titular.
- **En cuanto a las demás sociedades en las cuales los miembros del Consejo de Administración de la Solicitante "CENTRO DE INFORMACIÓN NACIONAL DE ESTUDIOS TEPEYAC, S.A. DE C.V." forman parte de los Consejos de Administración de otras sociedades, quedando descritas en el inciso anterior, y de las cuales, algunas de ellas cuentan con Concesiones y/o permisos** para prestar servicios de telecomunicaciones y radiodifusión otorgado por el Gobierno Federal, mismas que se describen en la relación que se agrega como **ANEXO NO. 16** a este requisito

Atentamente

LIC. CARLOS SALVADOR HUERTA LARA
Representante Legal de Centro de Información Nacional de Estudios
Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable

100001

1.10 De las controladoras de última instancia y de las personas o sociedades que cuentan con concesiones y permisos que haya identificado en los puntos 1.5 y 1.6 anteriores identifique:

d) Si cuentan con concesiones y permisos para prestar servicios de telecomunicaciones y radiodifusión, de ser el caso, describa el tipo de servicios y las coberturas geográficas autorizadas, así como el tipo de servicios efectivamente prestados.

Tabla de las estaciones de radio y cálculo del espectro total de radiofrecuencias concesionado a empresas de ██████████

ANEXO NO. 16

000092



Licitación No. IFT-1

Requisito 1.11

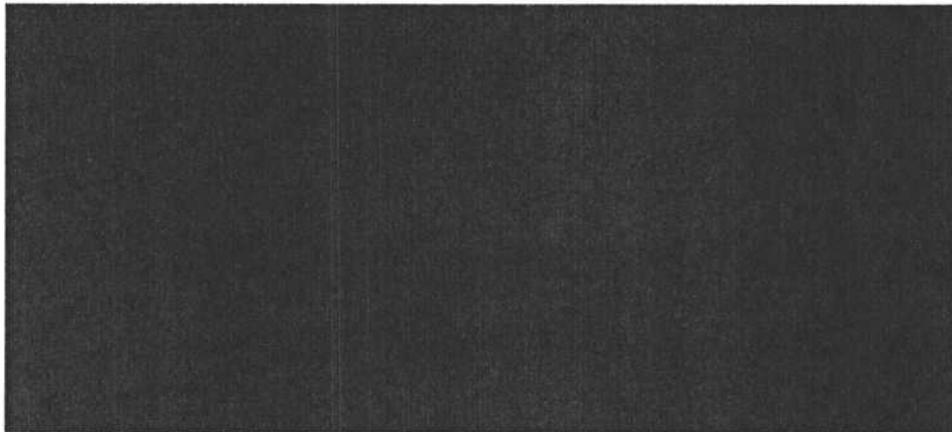
México, Distrito Federal a 3 de septiembre de 2014.

Instituto Federal de Telecomunicaciones
Insurgentes Sur No. 1143, Col. Nochebuena
Delegación Benito Juárez, C.P. 03720
México, Distrito Federal
P r e s e n t e

En términos de lo establecido en las "Bases de Licitación Pública para Concesionar el Uso, Aprovechamiento y Explotación Comercial de Canales de Transmisión para la Prestación del Servicio Público de Televisión Radiodifundida Digital, a efectos de formar dos Cadenas Nacionales en los Estados Unidos Mexicanos" (Licitación No. IFT-1), el suscrito en representación de Centro de Información Nacional de Estudios Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable, me permito detallar lo siguiente en relación al punto 1.11:

1.11 Presente estados financieros auditados para cada uno de los últimos tres años de las sociedades controladoras en última instancia del solicitante. Incluir las notas anexas a dichos documentos.

- Para cumplimentar este requisito, se adjuntan al presente los Estados Financieros dictaminados por Contador Público autorizado por los ejercicios fiscales 2011, 2012 y 2013 de la solicitante.
- Estados financieros del ejercicio fiscal 2011. **ANEXO NO. 17**



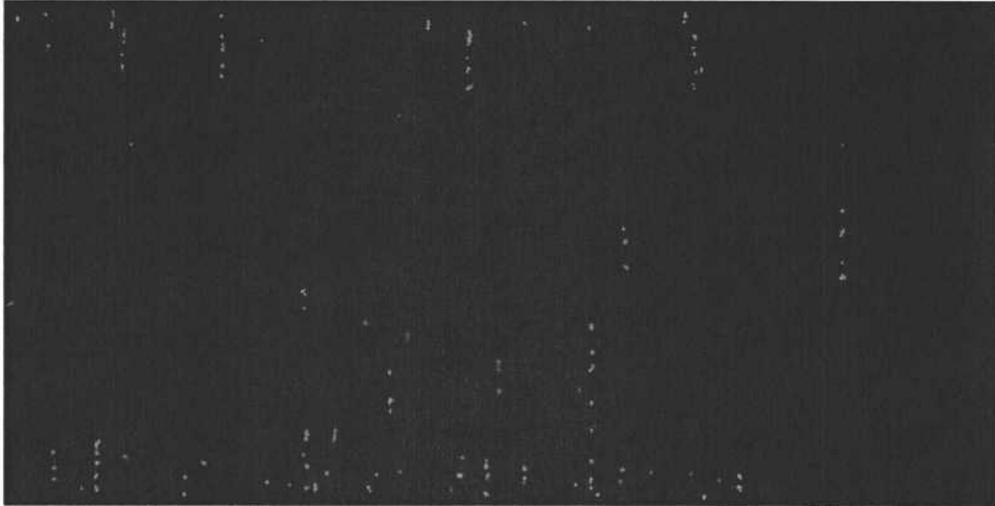
000095



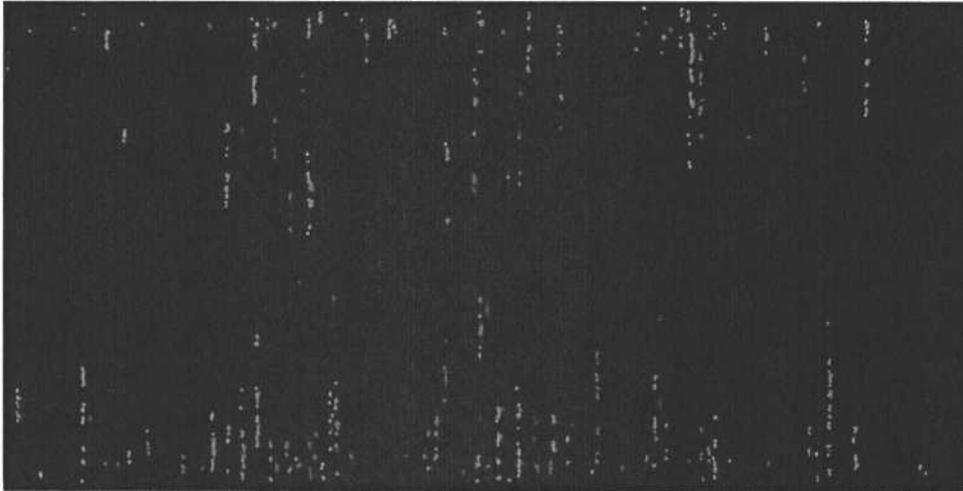
Estudios Tepeyac



- Estados financieros del ejercicio fiscal 2012. ANEXO NO. 18



- Estados financieros del ejercicio fiscal 2013. ANEXO NO. 19



Atentamente

LIC. CARLOS SALVADOR HUERTA LARA
Representante Legal de Centro de Información Nacional de Estudios
Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable

000000



Estudios Tepeyac

107

Licitación No. IFT-1

Requisito 1.12

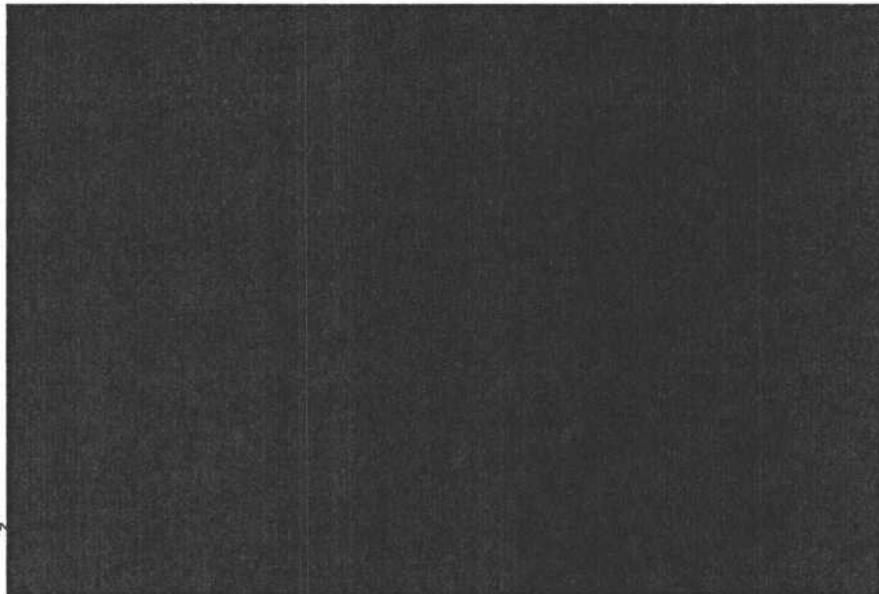
México, Distrito Federal a 3 de septiembre de 2014.

Unidad de Competencia Económica del
Instituto Federal de Telecomunicaciones
Insurgentes Sur No. 1143, Col. Nochebuena
Delegación Benito Juárez, C.P. 03720, México, Distrito Federal
P r e s e n t e

En términos de lo establecido en las "Bases de Licitación Pública para Concesionar el Uso, Aprovechamiento y Explotación Comercial de Canales de Transmisión para la Prestación del Servicio Público de Televisión Radiodifundida Digital, a efectos de formar dos Cadenas Nacionales en los Estados Unidos Mexicanos" (Licitación No. IFT-1), el suscrito en representación de Centro de Información Nacional de Estudios Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable, me permito detallar lo siguiente en relación al punto 1.12:

1.12 Describa la estructura de la deuda del solicitante, sean sociedades mexicanas o extranjeras, identificando a sus principales acreedores y su participación en la deuda total del participante.

DESCRIPCION DE LA ESTRUCTURA DE LA DEUDA DEL SOLICITANTE, SEGÚN



Atentamente

LIC. CARLOS SALVADOR HUERTA LARA
Representante Legal de Centro de Información Nacional de Estudios
Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable

000037



Licitación No. IFT-1

Requisito 1.13

México, Distrito Federal a 3 de septiembre de 2014.

Unidad de Competencia Económica del
Instituto Federal de Telecomunicaciones
Insurgentes Sur No. 1143, Col. Nochebuena
Delegación Benito Juárez, C.P. 03720
México, Distrito Federal
P r e s e n t e

En términos de lo establecido en las "Bases de Licitación Pública para Concesionar el Uso, Aprovechamiento y Explotación Comercial de Canales de Transmisión para la Prestación del Servicio Público de Televisión Radiodifundida Digital, a efectos de formar dos Cadenas Nacionales en los Estados Unidos Mexicanos" (Licitación No. IFT-1), el suscrito en representación de Centro de Información Nacional de Estudios Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable, me permito detallar lo siguiente en relación al punto 1.13:

1.13 En caso de que existan opciones de compra/venta, intercambio de acciones, deuda convertible en acciones o cualquier otra operación que implique la adquisición o que se ejerza o indirectamente, el control de hecho o derecho sobre el solicitante, o se adquieran, directa o indirectamente, de hecho o de derecho activos, participación en fideicomisos, partes sociales o acciones, sobre el solicitante o tales personas, presente:

- a) Copia de los contratos o acuerdos negociados entre las partes;
- b) Los principales términos de los contratos o acuerdos;
- c) El porcentaje de acciones o valores a adquirir, respecto al capital social;
- d) Los plazos y montos o precios de adquisición;
- e) El nombre o denominación social de la empresa adquirente, así como a sus accionistas directos o indirectos;
- f) La estructura que resultará, en última instancia de los operadores señalados.

SE MANIFIESTA QUE MI REPRESENTADA POR ASÍ CONVENIR A SUS INTERESES, NO SE ENCUENTRA EN LOS SUPUESTOS QUE SEÑALA ESTE REQUISITO.

Atentamente

LIC. CARLOS SALVADOR HUERTA LARA
Representante Legal de Centro de Información Nacional de Estudios
Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable

000000

Licitación No. IFT-1

Requisito 2.1

México, Distrito Federal a 3 de septiembre de 2014.

Unidad de Competencia Económica del
Instituto Federal de Telecomunicaciones
Insurgentes Sur No. 1143, Col. Nochebuena
Delegación Benito Juárez, C.P. 03720
México, Distrito Federal
P r e s e n t e

En términos de lo establecido en las "Bases de Licitación Pública para Concesionar el Uso, Aprovechamiento y Explotación Comercial de Canales de Transmisión para la Prestación del Servicio Público de Televisión Radiodifundida Digital, a efectos de formar dos Cadenas Nacionales en los Estados Unidos Mexicanos" (Licitación No. IFT-1), el suscrito en representación de Centro de Información Nacional de Estudios Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable, me permito detallar lo siguiente:

2.1 Respecto de cada una de las concesiones para prestar servicios de radiodifusión o telecomunicaciones de las que sean titulares los Agentes involucrados/relacionados especificar:

*** La fecha de otorgamiento y la vigencia, y en su caso, las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico asignadas:**

Para cumplimentar el presente requisito, se anexa al presente, la Relación que contiene los datos solicitados de las concesiones propiedad de las sociedades (Agentes involucrados/relacionados), en las cuales tienen participación accionaria los accionistas del Solicitante **ANEXO NO. 20**

*** La cantidad de espectro radioeléctrico (MHz) que tiene asignada en cada una de las zonas de cobertura geográfica en el territorio nacional; y en cada una de ellas, el tipo de servicios autorizados y los efectivamente prestados;**

Al respecto, se manifiesta que las Concesiones otorgadas por el Gobierno Federal de las cuales son propiedad de los Agentes Involucrados/Relacionados, en las ninguna de las frecuencias asignadas se rebasa el **.8 MHZ**, por lo tanto, en conjunto no rebasan los límites de espectro establecidos en las bases de la licitación para poder participar que son

560000



Estudios Tepeyac

de 12 MHZ. Se agrega al presente la relación en donde se detallan los datos solicitados.
ANEXO NO. 20

El tipo de servicios autorizados es la programación y contenidos a través de la transmisión en Amplitud Modulada (A.M.), y de la Frecuencia Modulada (F.M.).

El servicio autorizado para prestar el servicio de radiodifusión es comercial y es, lo que efectivamente se viene prestando.

*** Para cada tipo de servicios, el monto anual de ventas (en pesos corrientes) y el número de usuarios para cada uno de los últimos tres años; y**

Los datos que se están presentando en el recuadro que se presenta, comprenden los montos de ventas tanto de [REDACTED] así como el de las demás empresas radiofónicas en las cuales tiene participación accionaria dicha sociedad, conformando en sí [REDACTED]. El tipo de servicio es el comercial.

MONTO TOTAL DE VENTAS POR ESTACION DE LOS EJERCICIOS			
2013 - 2011			
PLAZA	INGRESOS NETOS		
	2013	2012	2011
	\$	\$	\$
[REDACTED DATA]			

001000



En cuanto al número de usuarios para cada tipo de servicios, es de mencionarse que no se cuenta con la información **acerca de niveles de audiencia por los usuarios**, en razón de que a lo que se dedican los Agentes Involucrados/Relacionados en materia de radiodifusión es a la venta de publicidad de la cadena de [REDACTED] es y ha sido exitosa porque se lleva a cabo aprovechando la sinergia de ventas dentro del grupo de la [REDACTED] así como la relación directa con los demandantes de publicidad de las personas que ocupan los más altos niveles ejecutivos de ambas organizaciones.

[REDACTED] es dueña de la cadena de periódicos más importante de América Latina y tiene los diarios de más alto tiraje y venta en México, internamente genera sus propias metas y proyecciones de venta por lo que no ha tenido la necesidad de adquirir estos indicadores.

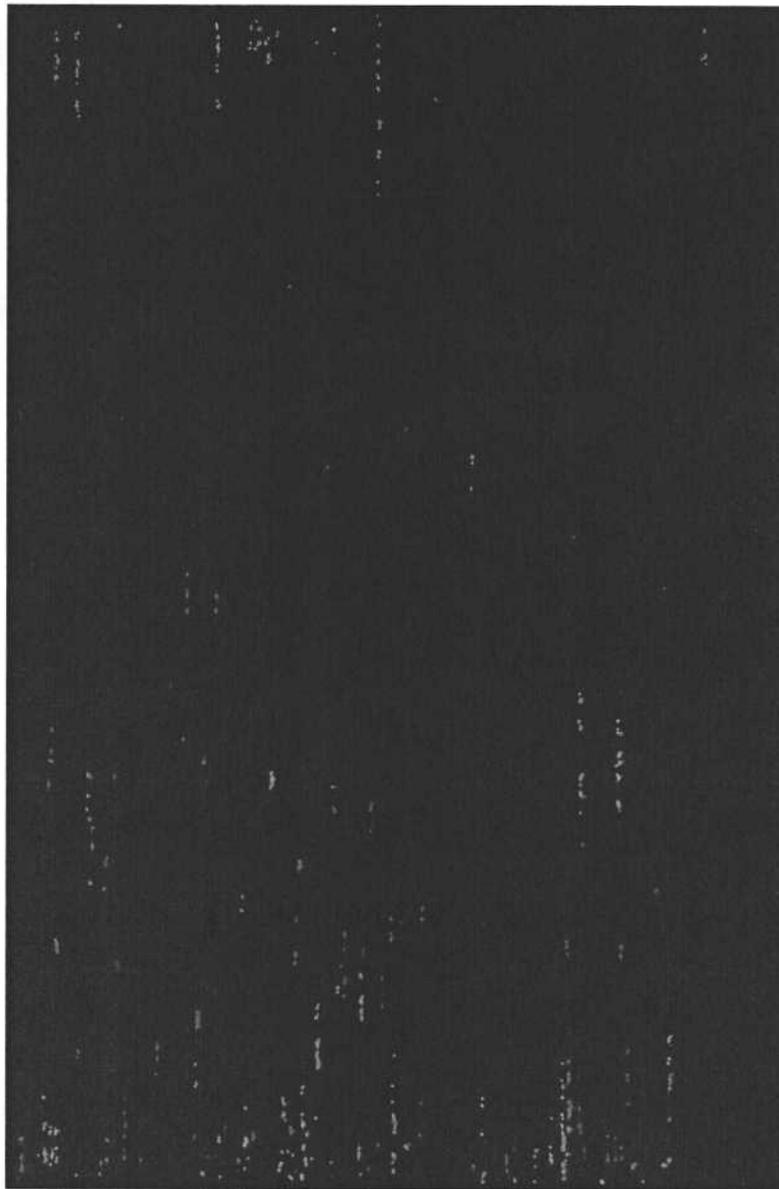
Por las razones expuestas la cadena de [REDACTED] no cuenta con índices de penetración en su mercado.

Por lo que la metodología empleada, es en base a lo expresado en el renglón anterior.

*** Las personas que operan las concesiones y el grupo de interés económico al que pertenecen dichos operadores.**

El personal que opera las concesiones son los titulares y empleados de las mismas, tal y como se describe en el recuadro que a continuación se describe; así mismo mi representada no pertenece a ningún grupo de interés económico al exterior, hacia el interior se conforman como grupo [REDACTED] además cabe mencionar que no existen contratos de arrendamiento o de cesión de derechos para explotar la concesión del servicio de radiodifusión.

101000



Atentamente


LIC. CARLOS SALVADOR HUERTA LARA
Representante Legal de Centro de Información Nacional de Estudios
Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable

201000

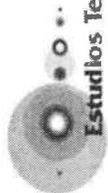
2.1 Respecto de cada una de las concesiones para prestar servicios de radiodifusión o telecomunicaciones de las que sean titulares los Agentes involucrados/relacionados especificar

- * La fecha de otorgamiento y la vigencia, y en su caso, las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico asignadas*
- * La cantidad de espectro radioeléctrico (MHz) que tiene asignada en cada una de las zonas de cobertura geográfica en el territorio nacional; y en cada una de ellas, el tipo de servicios autorizados y los efectivamente prestados;*

Tabla de las estaciones de radio y cálculo del espectro total de radiofrecuencias concesionado a empresas de ██████████

ANEXO NO. 20

009103



Estudios Tepeyac

26 de Agosto de 2014

Datos de las estaciones de radio y cálculo del espectro total de radiofrecuencias concesionado a empresas relacionadas con [REDACTED]
 Determinación por zona geográfica ordenada por entidad federativa (Datos generales de la empresa, datos de la concesión y coberturas estimada y ancho de banda por Tx

Municipios (Entidad)	Entidad	Radiofrecuencia		Cobertura de Radiofrecuencia		Cobertura de Radiofrecuencia		Cobertura de Radiofrecuencia		Cobertura de Radiofrecuencia		Cobertura de Radiofrecuencia		Cobertura de Radiofrecuencia		Cobertura de Radiofrecuencia	
		Frecuencia	Potencia	Área	Distancia												
Mexicali	Baja California																
Comitán de Domínguez	Chiapas																
Ciudad de México	Distrito Federal																
Chilpancingo	Guerrero																
Iguala	Guerrero																
Puerto de Ahírcón	Guerrero																
Guadalupe	Jalisco																
Capatzena	Jalisco																
Puebla	Puebla																
Querétaro	Querétaro																

000104



Estudios Tepeyac

26 de Agosto de 2014

Datos de las estaciones de radio y cálculo del espectro total de radiofrecuencias concesionado a empresas relacionadas con [redacted] Determinación por zona geográfica ordenada por entidad federativa (datos generales de la empresa, datos de la concesión y coberturas estimada y ancho de banda por Tx

Entidad Federativa		Municipio		Nombre de la Estación		Frecuencia		Potencia		Cobertura		Ancho de Banda		Otras Características		Observaciones	
Entidad	Municipio	Nombre	Frecuencia	Potencia	Cobertura	Ancho	Otras	Observaciones	Entidad	Municipio	Nombre	Frecuencia	Potencia	Cobertura	Ancho	Otras	Observaciones
San Luis Potosí	San Luis Potosí	San Luis Potosí															
San Luis Potosí	San Luis Potosí	San Luis Potosí															
Micatlán	Micatlán	Micatlán															
Micatlán	Micatlán	Micatlán															
Micatlán	Micatlán	Micatlán															
Micatlán	Micatlán	Micatlán															
Tampico	Tampico	Tampico															
Tampico	Tampico	Tampico															
Coahuila	Coahuila	Coahuila															
Coahuila	Coahuila	Coahuila															
Xalisco de Cuernavaca	Xalisco de Cuernavaca	Xalisco de Cuernavaca															

* Se encuentran en trámite ante el Instituto Federal de Telecomunicaciones por parte de [redacted] como parte concesionaria con motivo de obtener la opción favorable del Contrato de Cesión a título gratuito de los derechos y obligaciones derivadas de la concesión.

Por su método competitivo, el cual ha resultado exitoso para la venta, estas estaciones de radio no han necesitado adquirir estudios de penetración, ni de "Rating" o "Share" para vender. Por lo tanto no han necesitado comprar sus estudios a Nielsen ni a IBOPE ya que este costo no le da ningún valor agregado a nuestro producto. Por lo anterior no se presenta dato alguno de Share, Rating o Penetración Media y las coberturas se estimaron en base al alcance geográfico y población insensu según el resultado del Censo General de Población y Vivienda de la República Mexicana (INEGI) del 2010 y un crecimiento estimado poblacional del 1.67% entre 2010 y 2014.

* Las cifras indicadas se obtuvieron de INEGI - Delimitación de las zonas metropolitanas de México 2010 (PO01) (2010). El resto de las cifras de esta misma columna se calcularon a través de las oficinas que aparecen por cada uno de los municipios evaluados en los estadatos del Censo de Población y Vivienda del 2010 (INEGI) según su página <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/resultados/censo/2010/04/04011.aspx>

000105



Estudios Tepeyac

116

Licitación No. IFT-1

Requisito 2.2

México, Distrito Federal a 3 de septiembre de 2014.

Unidad de Competencia Económica del
Instituto Federal de Telecomunicaciones
Insurgentes Sur No. 1143, Col. Nochebuena
Delegación Benito Juárez, C.P. 03720
México, Distrito Federal
P r e s e n t e

En términos de lo establecido en las "Bases de Licitación Pública para Concesionar el Uso, Aprovechamiento y Explotación Comercial de Canales de Transmisión para la Prestación del Servicio Público de Televisión Radiodifundida Digital, a efectos de formar dos Cadenas Nacionales en los Estados Unidos Mexicanos" (Licitación No. IFT-1), el suscrito en representación de Centro de Información Nacional de Estudios Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable, me permito detallar lo siguiente en relación al punto 2.2:

2.2 Copia de los proyectos de negocio o documentos equivalentes que hayan generado los agentes involucrados/relacionados, respecto del negocio de televisión radiodifundida comercial con motivo de la licitación. En su caso describa con detalle:

a) Las nuevas inversiones previstas para instalar la infraestructura, poner en marcha y operar las cadenas de televisión radiodifundida que pretende obtener a través de la licitación; incluir los montos y los plazos de las inversiones

Para efectos de cumplir con el presente punto, los Agentes Involucrados Relacionados, presentan el proyecto del negocio, agregando al presente **un Cuadro de presentación de costos potenciales para la inversión en una red de TVT en México**, que contiene la información solicitada. Mismo que se identifica como **ANEXO NO. 21**

Y por lo que respecta a los plazos de inversión que operarían **para instalar la infraestructura, poner en marcha y operar la cadena de televisión radiodifundida que se pretende obtener a través de la licitación** se agrega como anexo el **Cuadro que contiene el plazo de inversión** y que contiene la información solicitada. Mismo que se identifica como **ANEXO NO. 22**

901000



b) Fuentes de financiamiento:

Dentro de los Agentes Involucrados/Relacionados para llevar a cabo esta propuesta de solicitud, se encuentra la empresa [redacted] la cual es considerada como una empresa financieramente sana, con muy alta liquidez, lo anterior puede apreciarse conforme a su estatus accionario que actualmente tiene y que se describe en el requisito 1.7 del presente cuestionario, y que a continuación se describe:

[redacted]

ACCIONISTAS	ACCIONES		
	CAPITAL FIJO	CAPITAL VARIABLE	VALOR
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]

TOTAL ACCIONES		CAPITAL SOCIAL	CAPITAL CONTABLE
FIJAS	VARIABLE	VALOR HISTORICO	VALOR REEXPRESADO
[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]

*Re expresión.- Método a través del cual se reconoce los efectos de la inflación en los estados financieros básico en su conjunto o, en su caso, en una partida.

Esto se debe principalmente a que la mayoría de sus ventas se hacen de contado y a que tiene individualmente un **capital social actual re-expresado de** [redacted] y si se incluyen sus acciones en otras empresas en el mismo rubro, por lo que su capital accionario asciende a [redacted]

El valor actual de las acciones fue dictaminado en [redacted] pesos.

Todos estos datos han sido obtenidos del dictamen fiscal realizado por el Despacho de los Contadores Públicos [redacted] el cual fue realizado al 30 de Julio de 2014.

000107



[REDACTED] nunca ha recurrido a financiamiento externo para llevar a cabo el desarrollo de sus proyectos y para este, en particular, se pretende reinvertir las utilidades que la [REDACTED] genere durante el año en curso (2014) –y lo que se requiera adicionalmente– todo [REDACTED]

[REDACTED]

Además, el proyecto para participar en el mercado de televisión abierta (TDT) prevé reinvertir anualmente todas las utilidades que sean generadas por el mismo, por lo menos durante el transcurso de los cinco primeros años de operación.

En conclusión la principal fuente de financiamiento para llevar a cabo la instalación y operación de un canal de televisión sería [REDACTED]

c) El costo de capital promedio por fuente de financiamiento:

Por lo que se responde en el párrafo anterior el costo de capital promedio por fuente de financiamiento [REDACTED]

d) Plazos de recuperación de la inversión y empezar a obtener utilidades:

Los plazos previstos son:

- Para recuperación de inversión durante el [REDACTED] año de operación
- Para iniciar a generar utilidades a partir del [REDACTED] año de operación.

e) Las ganancias en eficiencia que prevé obtener:

000108



En operaciones

Es de señalar que debido a que los **AGENTES INVOLUCRADOS/ RELACIONADOS** del presente proyecto y en especial [redacted] cuentan con su propia agencia de información [redacted] y participa en varias empresas dedicadas al negocio de medios (escritos y electrónicos y radiofónicos), como son [redacted]

[redacted] Por lo que el proyecto de televisión abierta aportará y se beneficiará en la interacción con dichas empresas por su paralelismo temático, por lo cual se prevé un beneficio en la generación de información para todo tipo de medios en los que [redacted] participa en el mercado mexicano.

[redacted] tiene inmuebles en la mayoría de las ciudades en donde se pretende establecer operaciones locales de televisión con excepción de Monterrey y Oaxaca, por lo que habrá una eficiencia en el uso de dichos inmuebles para establecer ahí las televisoras locales, incluyendo las instalaciones en la Ciudad de México Distrito Federal.

En tecnología

Con la convergencia y desarrollo tecnológico, en la industria aparecen avances día a día. Gracias a ello podemos echar mano a nuevas tecnologías que permiten, entre otros, el uso de diferentes medios de transporte para el video de alta definición, audio y datos asociados (CC, sap, subtitulaje, entre otros servicios).

El equipo de recursos humanos con que cuenta nuestro grupo, cuenta con la experiencia en la implementación y desarrollo de nuevas tecnologías para la producción de Televisión. Siempre aprovechando las novedades disponibles en el mercado y con la misión de mantenerse siempre al frente en la implementación de sistemas para que nuestra red esté a la vanguardia de la industria. Esto nos brindará una ventaja competitiva ante las grandes cadenas actuales, cuyos tiempos de respuesta y necesidad de conversión de sus equipos actuales análogos en digitales, les genera una disminución en su calidad de transmisión reflejada en calidad al aire.

Seremos más eficientes en el uso e implementación de nuestros equipos, redes y sistemas.

Conocemos los sistemas de tecnología en el mercado que pueden abrir nuevas ventanas de comercialización para atraer clientes y generar alternativas a los modelos tradicionales de venta.

000119



En nuestro grupo, podemos hablar sin problemas los lenguajes de las tres áreas básicas que interactúan para la generación de contenidos: Producción (creativa), Administrativa (para liberar recursos) y Técnica (Tecnología). El que nuestra área técnica conozca de Producción y de Administración hace mucho más eficiente todo el proceso para generar programación de punta a menores costos.

Gracias a la capacidad tecnológica instalada del grupo podemos acceder a una distribución de contenidos inmediata a toda nuestra red. Esto genera, como ejemplo, una mayor eficiencia noticiosa, reducción de costos y garantiza la inmediatez de nuestra información.

f) Los costos asociados a la producción o adquisición de contenidos:

De acuerdo con el plan de programación, los costos de producción y adquisición de contenido serán proporcionales al crecimiento de las operaciones de Estudios Tepeyac. Llegarán a significar cerca del [REDACTED] del valor total del gasto anual de operación, que estimamos para el primer año en [REDACTED] pesos, por lo tanto el monto total de producción y adquisición de contenidos, asciende aproximadamente a [REDACTED] pesos para el primer año de desarrollo. Obviamente al principio de la operación los costos serán superiores a este porcentaje y serán subvencionados con la aportación adicional de capital de trabajo de [REDACTED]. Esta inversión será planeada para posicionar y fortalecer la programación y la marca de la televisora en el gusto del público y los patrocinadores.

Los costos asociados a la producción o adquisición de contenidos son variables dependiendo del estilo de cada barra y cada programa.

Si hablamos de adquisiciones directas de contenidos, los costos pueden variar si se trata de programas unitarios, de series, películas, documentales, miniseries, telenovelas, etc., dependiendo del costo original de cada producción, del número de capítulos, del número de repeticiones permitidas por cada capítulo, de la popularidad de la cinta o el artista, de la proximidad al estreno en general en cines, de las personalidades asociadas y en general, de infinidad de factores que afectan el proceso de negociación para la adquisición de los mismos. Esto es aplicable tanto para el mercado nacional como para el internacional.

En el caso de los costos asociados con la producción propia, igualmente hay un gran abanico de posibilidades de gastos dependiendo del tipo de programa que se realice. Un ejemplo es la infraestructura necesaria para noticias: pagos de servicios satelitales, enlaces, microondas, personal para remotos, enviados especiales, mesas de asignaciones, sistemas portátiles, vehículos, viajes, viáticos, nómina, conductores ancla, especialistas gráficos, sistemas de integración para noticias, videotecas, estudios

000110



Estudios Tepeyac

121

dedicados y otros, hacen que esta área genere altos costos cuando se compara con programas "enlatados" (comprados por una tarifa fija)

Los costos de programas de entretenimiento son distintos: si se hace un programa de revista, estos varían a aquellos en que se requieren producir eventos masivos o musicales.

Punto y aparte son los costos de Deportes y Eventos Especiales, donde la compra de derechos de transmisión, sobre todo de los eventos de alta demanda y alta penetración del mercado, como los Juegos Olímpicos o Mundiales de Fútbol, hace que se tengan que planear estrategias de alcance máximo, para atraer patrocinadores y telespectadores de todos los nichos del mercado. Generalmente estos eventos son eventuales, y representan altos costos pero con grandes márgenes de ganancia. Un ejemplo de costos: Para los juegos Olímpicos, el gato promedio de una TV Abierta Nacional, sin incluir los derechos de transmisión puede estar entre los [REDACTED] si se cuentan los programas de revista, deportivos, sociales, noticiosos y de entretenimiento asociados al evento, pero pueden generar ingresos por más del doble de lo gastado en un plazo muy corto de tiempo.

g) Proveedores nacionales y extranjeros de contenidos, así como los porcentajes de adquisición por tipo de contenido:

Nuestro plan de contenidos se apega completamente a lo previsto en la normatividad aplicable dentro del proceso de licitación y en específico a lo relativo al contenido audiovisual.

El cumplir con lo que la normativa dicta es parte de nuestra Misión, haciendo hincapié en que para nosotros es de interés fundamental el:

- Establecer una competencia real ante las empresas de TV que actualmente operan en México y generar una nueva fuente de aprovechamiento del talento mexicano para idear, diseñar y producir los programas televisivos, además de la motivación económica (inversión, generación de empleos, financiera y fiscal) que conlleva el proyecto.
- Abrir espacios y brindar nuevas voces a la discusión nacional.

Nuestra estrategia de Contenidos la basamos en el siguiente:

Enfoque del Contenido.

- Mayor contenido informativo nacional tanto en noticias como en deportes y entretenimiento.
- Resaltar el talento mexicano.
- Buscaremos siempre innovar.

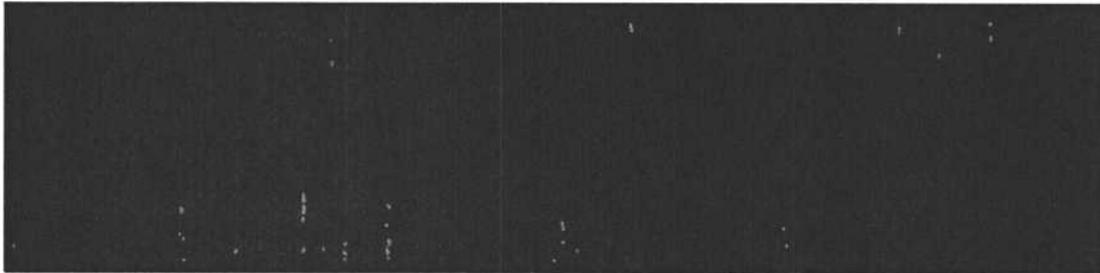
TTIC00



- Apoyo para la transmisión de películas y programas producidos en México o por mexicanos en el extranjero.
- Difusión de contenidos que exalten los valores, tradiciones y cultura de nuestro pueblo.
- Programación diseñada tanto para alcance nacional como para las necesidades regionales del país, sin discriminación y abiertos a nuevas ideas de producción y colaboración.

Al generar nuestra Barra de programación, pretendemos obtener un balance adecuado de contenidos para las expectativas del mercado nacional.

La barra de programación estaría conformada y distribuida de la siguiente manera:



Además de la infraestructura propia de servicios de información con que cuenta nuestro grupo, conocemos a los principales proveedores de contenidos informativos y agencias noticiosas de TV a nivel internacional, con quienes trabajaremos en conjunto y en su caso compraremos contenidos, para tener una visión global y plural del entorno internacional.

Dentro de estos podemos incluir entre otros de manera enunciativa y no limitativa a 

Conocemos de igual forma a los más importantes generadores de contenidos independientes nacionales y estaremos colaborando para desarrollar ideas nuevas y con contenidos atractivos en nuestras distintas barras.

Tenemos una gran relación con todas las entidades deportivas nacionales e internacionales, lo que nos da acceso a eventos de primer nivel internacional como Juegos Olímpicos, Panamericanos, Mundiales de Fútbol y nacionales que contribuyen no solo a las ventas, sino a la difusión de la cultura, salud y valores familiares.

Dentro de nuestra programación, estaremos elaborando barras definidas dirigidas a segmentos específicos de nuestro auditorio, generando producciones propias, atrayendo talento nacional para apoyarlo en la expansión de las producciones de contenidos

000112



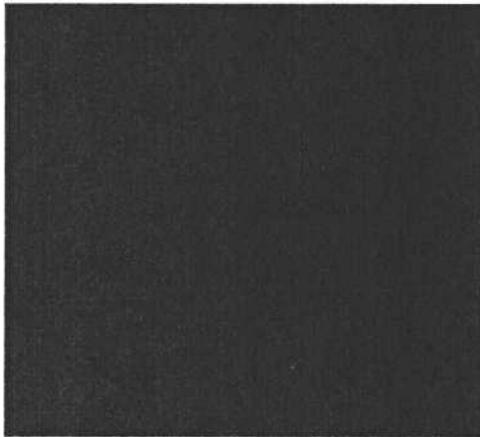
Estudios Tepeyac

diversos, contratando contenidos producidos localmente y en menor proporción contratando contenidos generados en el extranjero.

Nuestra idea es tener cerca del [redacted] de producción nacional (contenida aquí nuestra producción propia, la coproducida con talento nacional y los contenidos comprados a productores nacionales independientes) y un [redacted] de producción extranjera.

Dentro de nuestro plan de producción las barras estarán orientadas a difundir los valores puntualizados en el enfoque del Contenido para TV Tepeyac.

Nuestra programación tendrá segmentos dedicados de la siguiente manera:



Para lograr lo anterior estamos armando un equipo de profesionales con probada experiencia en cada área del medio, para lograr un equipo de producción propia del mejor nivel tanto ético, como técnico y que anteponga los valores nacionales en su visión, sin tratar de copiar fórmulas externas; siempre innovador y utilizando la tecnología de punta para la creación y eficiente producción del contenido.

Una de las estrategias más importantes para atraer el talento nacional, es que lanzaremos convocatorias para apoyar y o coproducir proyectos nacionales, de producción independiente. Contaremos con contenido regional para atender nichos específicos para atender comunidades o etnias que han sido generalmente desatendidas por las cadenas comerciales actualmente en el mercado.

Estas convocatorias y búsquedas de nuevos talentos no se limitarán al mercado profesional, sino que estaríamos trabajando muy unidos y con una gran apertura para con las instituciones de educación superior y la academia en general, tanto pública como privada. Esto nos permitirá abrir esas nuevas ventanas de expresión y de comunicación tan ausentes actualmente en la Televisión Comercial Mexicana.

Ya se están asistiendo y se tiene planeado hacerlo de manera constante y programada, a las distintas ferias y festivales donde se promueven todos los diversos estilos de contenidos, tanto a nivel nacional como internacional.

000113



En base a la experiencia del equipo con que contamos y con la exposición a todos los proveedores de contenido de la industria, estamos seguros de poder armar una valiosa y atractiva programación para el beneficio de nuestros espectadores.

A continuación anexamos una tabla donde enlistamos las principales Ferias de contenidos:

1. NYF. New York New York Festivals. Premios a la publicidad y feria de publicidad del 13 al 23 de Enero.
2. LA Screenings Los Ángeles. Feria de los mercados de comunicación en donde se tiene más presencia el mercado Latinoamericano. Producción, formatos y programación de TV, del 28 al 30 de Enero
3. Expo CANITEC Acapulco, México Feria de contenido y equipamiento de cable señales de TV. Del 14 al 23 de Enero
4. Marché du Film Cannes. Mercado (venta) del cine internacional más importante (Forma parte del Festival de Cannes) Feria de cine del 14 al 25 de Enero
5. Cannes Film Festival, es el festival de cine internacional más importante (su mercado se lleva a cabo anteriormente y es el de Marché du Film) del 29 al 31 de Enero
6. El Sol de Bilbao Bilbao, España. Festival Iberoamericano de Publicidad. Publicidad del 30 de Mayo al 4 de Junio
7. Festival Prix Jeunesse Internacional Alemania Concurso de programación para niños y adolescentes. Se hace el mercado de contenido iberoamericano en los años nones y el de contenido internacional en Europa en los años pares. Venta para TV Junio 23 al 26
8. NATPE Europa Praga. República Checa Mercado Europa del Este. Compra venta de contenido TV. Antes era en Budapest, ahora se hace en Praga. Feria para TV a llevarse a cabo en la primera semana de Junio (Fechas a confirmar anualmente)
9. Forum Brasil de Televisión Sao Paulo Conferencias, pláticas sobre tecnología y producción de televisión. Del 9 al 14 de Junio
10. MIFA, Annecy Francia Festival de Animación. Cine y Tv Primeros días de Junio (Fechas a confirmar anualmente)

4711000



11. Meeting Buenos Aires Documentales, Cine Feria del 15 al 21 de Junio
12. Cannes Lions Cannes Festival Internacional más importante de Publicidad del 14 al 22 de Junio
13. SIFF: Shangai International Film Festival Shangai, China Festival de Cine Clase A, Cine del 19 al 28 de Junio
14. Moscow International Film Festival. Moscú, Rusia Festival de Cine Clase A Cine Julio 4 al 12
15. Karlovy Vary Film Festival, se realiza en Karlovy Vary, República Checa. Festival de cine más importante de Europa del Este y se lleva a cabo del 8 al 11 de Julio
16. Cartoon Connection EU-Asia Seoul, South Korea Mercado de Animación Infantil que conecta Europa y Asia, Feria de animación del 14 al 18 de Julio
17. Bogotá Audiovisual Market (BAM) en Bogotá Colombia para el mercado en crecimiento de multimedios, se lleva a cabo del 6 al 16 de Agosto
18. Festival Internacional de Cine de Locarno, en Lucarno Suiza. Festival Internacional de Cine Clase A Cine. Del 27 de Agosto al 6 de Septiembre
19. Biennale de Cine de Venecia Venecia, Italia Festival de Cine de Venecia dentro del marco del Festival de Arte, que es en noviembre. Septiembre 4 al 14
20. TIFF Toronto International Film Festival Toronto. Festival de cine que se lleva a cabo del 17 al 19 de Septiembre
21. Jornadas Internacionales de Cable Buenos Aires. Mercado de señales de televisión. Organiza ATVC y Cappsa. Señales TV feria del 19 al 27 de Septiembre
22. Festival Internacional de Cine de San Sebastián España Festival Internacional de Cine Clase A Cine Fines de Septiembre - (Fechas a confirmar anualmente)
23. London International Awards. Festival Internacional de Londres donde se premian la creatividad, las ideas y las nuevas tecnologías aplicadas a la publicidad. Feria de publicidad que se lleva a cabo a fines de Septiembre - (Fechas a confirmar anualmente)
24. Rio Market / Festival Do Rio. Río de Janeiro. Mercado, workshops y conferencias. Festival de cine dentro del marco del Río Market. Cine, TV, animación en Octubre los días 11 y 12
25. MIP Jr Cannes. Mercado Internacional de programación para niños y adolescentes. En el marco de MIPCOM. Festival de contenidos de TV del 13 al 16 de Octubre

51100



26. MIPCOM Cannes Principal mercado Internacional. Negocios en el mercado de la TV. Del 6 al 9 de Octubre
27. Asian Film Market Pusan. Festival de cine de Corea que se lleva a cabo aproximadamente en las fechas entre el 16 y el 24 de Octubre (Fechas a confirmar anualmente)
28. TIFF: Tokyo International Film Festival. Festival internacional de cine clase A, en Tokio, Japón del 21 al 26 de Octubre
29. Festival Pantalla de Cristal, México, D.F., festival de cine y TV para creativos mexicanos. Se lleva a cabo en el mes de Octubre
30. American Film Festival Polonia. Mercado del cine americano en Europa, se realiza a principios o a mediados de Noviembre (Fechas a confirmar anualmente)
31. Expotoons Buenos Aires Animación TV: festival de cine de tiras cómicas que se realiza a principios de Noviembre (Fechas a confirmar anualmente)
32. Chile Media Show Viña del Mar. Feria y exposición comerciales dedicadas a señales de TV, para productores y proveedores de señales, se realiza del 5 al 12 de Noviembre
33. American Film Market (AFM) California, USA Uno de los mercados de cine más importantes de Estados Unidos de América que se lleva a cabo del 5 al 7 de Noviembre
34. DISCOP África Johannesburg. Johannesburgo, feria única del mercado Africano. Producción y distribución de contenido de TV. Del 9 al 18 de Noviembre
35. Festival Internacional de Cine de El Cairo El Cairo, Egipto Festival Internacional de Cine Clase A. Exclusivo de cine 6 al 8 de Diciembre
36. CICLOPE Berlín, Alemania Festival Internacional de Producción Publicitaria Publicidad que se lleva a cabo a principios de Noviembre (Fechas a confirmar anualmente)
37. El Ojo de Iberoamérica dentro del Buenos Aires Festival Iberoamericano de Publicidad. Feria de publicidad que se lleva a cabo a mediados de Noviembre (Fechas a confirmar anualmente)
38. Festival de Cine de Mar del Plata Mar del Plata. Festival de cine clase A que se lleva a cabo a fines de Noviembre (Fechas a confirmar anualmente)
39. El Diente Buenos Aires Festival del Circulo de Creativos que premia a lo mejor de la creatividad de la publicidad. Feria de publicidad del 25 de Noviembre al 2 de Diciembre

000116
911000



40. Festival des 3 Continents Francia. Cines de Africa, Latinoamérica y Asia, que se lleva a cabo a principios de Diciembre (Fechas a confirmar anualmente)
41. Asia TV Forum Singapore TV & Film Market. Conferencias, screenings y premiers. Principalmente para el mercado Asiático de TV. A llevarse a cabo la primera semana de Diciembre (Fechas a confirmar anualmente)
42. Ventana Sur, Buenos Aires. Mercado organizado en conjunto entre Marche du Film y el INCAA. Festival de cine del 27 al 30 de Diciembre
43. Cartoon Connection Quebec, Canadá. Mercado de animación infantil donde los organizadores se ocupan de la agenda de los participantes. Conecta Europa, Canadá y América Latina. Festiva del animación que se lleva a cabo a fin de año

h) Los costos de operación, que incluyan costos de administración y mantenimiento en términos anuales:

Para respaldar el presente requisito, se agrega al presente un cuadro de valores, calculado los costos fijos propuestos y de costos variables de operación televisiva, que contiene la información solicitada en el inciso que nos ocupa. **ANEXO NO. 23**

i) La forma en que prevé obtener ingresos en esta actividad. Describa el tipo y la cantidad de clientes potenciales identificados, el volumen de ingresos esperados y el tiempo en que prevé obtener estos ingresos.

Gracias a que nuestros contenidos y servicios previstos van orientados a todos los sectores de la población "lo que no sucede en la televisión abierta actualmente", nuestros clientes potenciales a considerar son todos aquellos que actualmente se encuentran en el mercado, ya sean del sector público o del sector privado, y que usan o requieren de estrategias de comunicación o de posicionamiento de sus marcas y productos enfocados a todos los sectores de la población.

Aunado a esto nuestro propósito inmediato es detectar a todo el universo de clientes que en este momento no están invirtiendo en medios, debido a varios factores como son los altos costos de la publicidad en la TV Abierta actualmente disponible en el país, el desconocimiento del mercado además de la poca cantidad de opciones para contratar su comercialización, llevar su mensaje y difundir sus marcas o productos a sectores determinados.

000117



Estudios Tepeyac

128

Estamos abocados a atraer a estos clientes y para ello trabajamos en desarrollar estrategias mercadológicas innovadoras y coherentes a las necesidades del cliente con una base de tarifas adecuadas a sus posibilidades.

En nuestro abanico de posibilidades de ingresos, contaremos, entre otros con:



ESTUDIOS
TEPEYAC

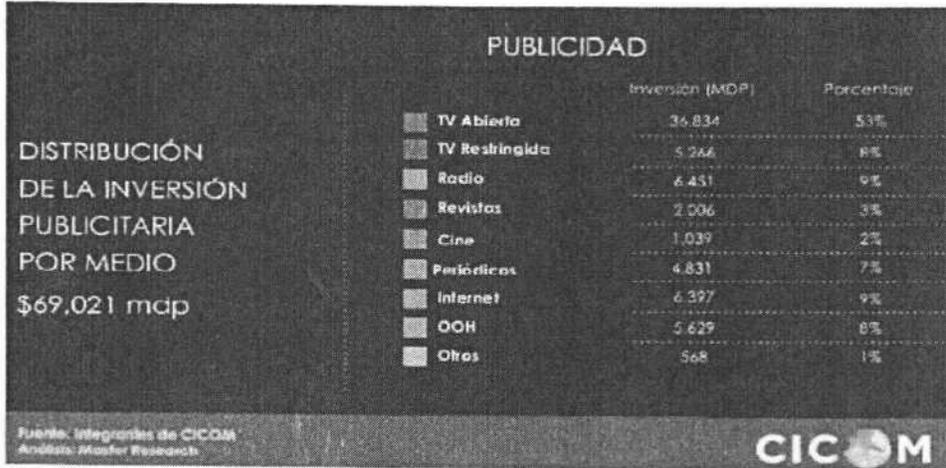


A continuación anexamos una tabla con nuestro estudio de ingresos estimados:

Ingreso estimado por venta por publicidad en nueva cadena de TDT

Año		Valores publicados por el IFT		Valores calculados (Estimación de Información Nacional de Estudios Tepeyac)			
				Share	Ventas de Estudios Tepeyac	Realización de Inventario Comercial Tepeyac	Ventas totales por publicidad en TV Abierta
Calendario	N°	1 Canal	2 Canales				
[Redacted content]							

* Ventas por publicidad abierta en México de \$ 38,834 millones de pesos según reporte de CICOM 2012, correspondientes a la venta 2011 más incrementos anuales del PIB 2012 al 21015 (2014 y 2015 Estimados) más el 14% esperado de crecimiento del mercado por la TDT según declaraciones del Ing. Fernando Borjón, Comisionado del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) publicado el 04 de febrero de 2014 en el periódico El Universal.



000119



Estudios Tepeyac

130

Se pretende llegar a tener una penetración en el mercado del [REDACTED] al final del [REDACTED] año de operación y una participación de ingresos en el mismo orden sobre el mercado total de la televisión en la República Mexicana en el mismo plazo. Lo anterior se prevé para una Cadena Nacional, un solo canal.

Atentamente

LIC. CARLOS SALVADOR HUERTA LARA
Representante Legal de Centro de Información Nacional de
Estudios Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable

000120

2.2.- Copia de los proyectos de negocio o documentos equivalentes que hayan generado los agentes involucrados/relacionados, respecto del negocio de televisión radiodifundida comercial con motivo de la licitación. En su caso describa con detalle:

a) Las nuevas inversiones previstas para instalar la infraestructura, poner en marcha y operar las cadenas de televisión radiodifundida que pretende obtener a través de la licitación; incluir los montos y los plazos de las inversiones.

***Cuadro de presentación de costos
potenciales para la inversión en una red de
TVT en México***

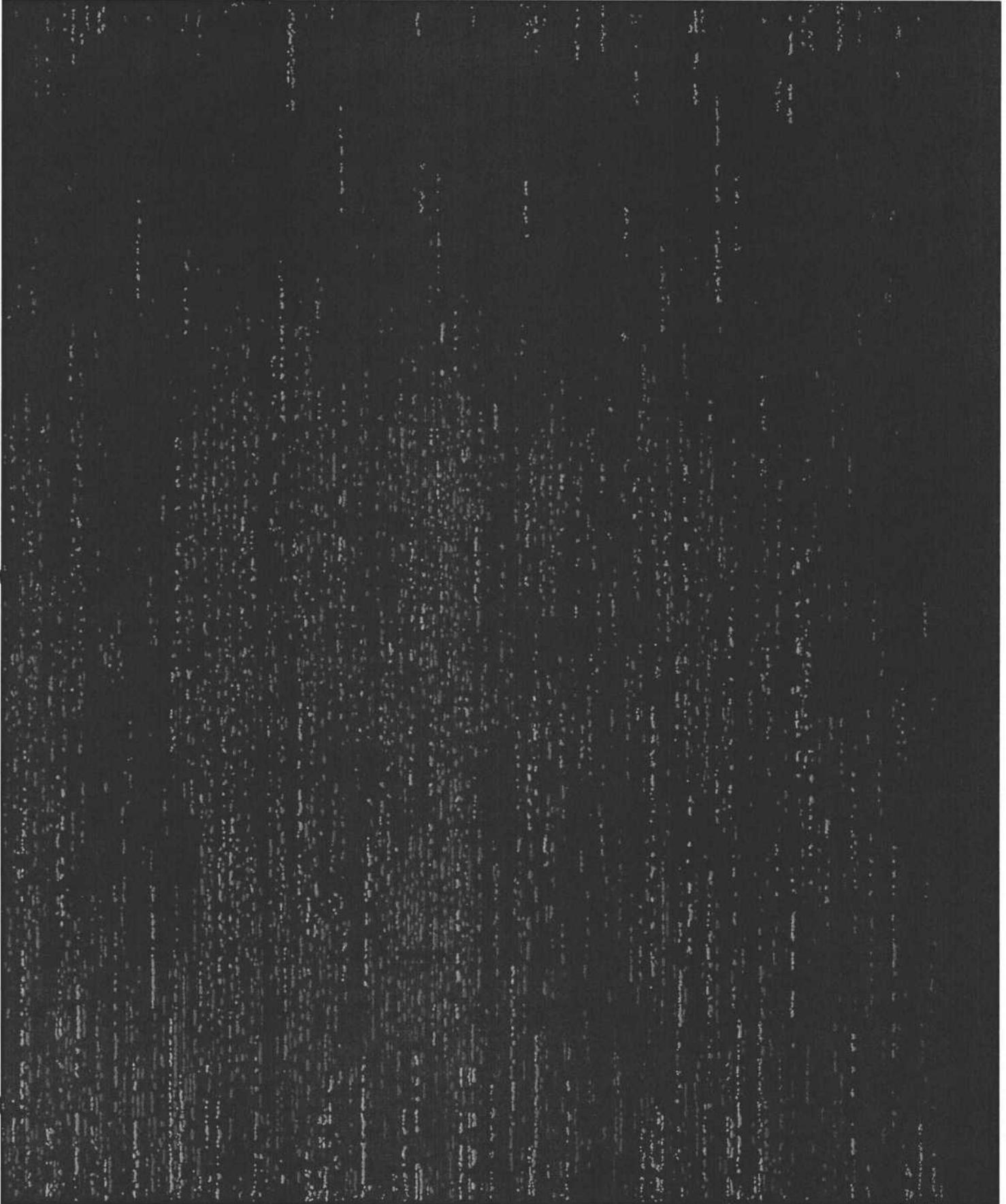
ANEXO NO. 21

121000

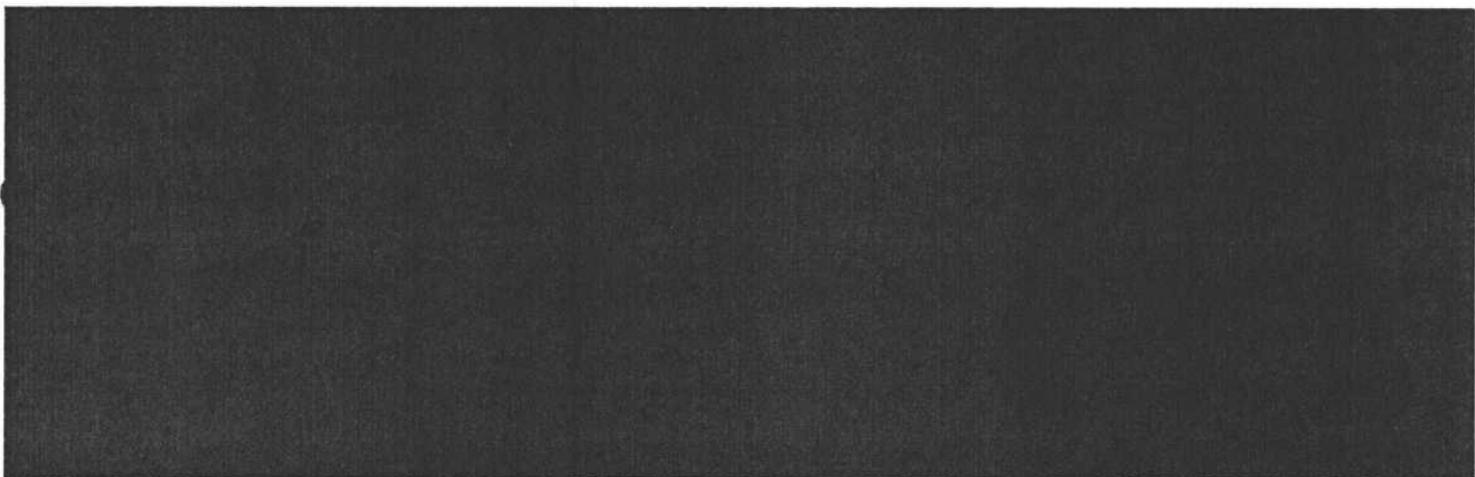


Presentación de costos potenciales para la inversión en una red de TVT en México (cifras en millones de pesos)

29/8/14



ST



000123

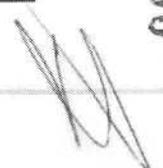
2.2.- Copia de los proyectos de negocio o documentos equivalentes que hayan generado los agentes involucrados/relacionados, respecto del negocio de televisión radiodifundida comercial con motivo de la licitación. En su caso describa con detalle:

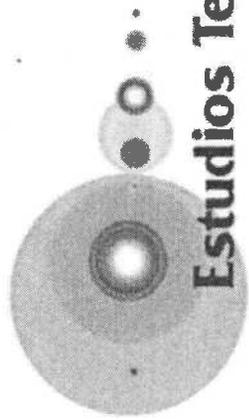
a) Las nuevas inversiones previstas para instalar la infraestructura, poner en marcha y operar las cadenas de televisión radiodifundida que pretende obtener a través de la licitación; incluir los montos y los plazos de las inversiones.

**Plan anualizado de inversión para el
proyecto de TDT**

ANEXO NO. 22

000124





Estudios Tepeyac

Plan anualizado de inversión para el proyecto de TDT 29/08/2014

Descripción	2015	2016	2017	2018	Total
[Redacted content]					

Nota: En el caso de la red de transmisión está [Redacted]

000125

2.2.- Copia de los proyectos de negocio o documentos equivalentes que hayan generado los agentes involucrados/relacionados, respecto del negocio de televisión radiodifundida comercial con motivo de la licitación. En su caso describa con detalle:

h) Los costos de operación, que incluyan costos de administración y mantenimiento en términos anuales:

Cuadro Valores calculados de costos fijos y propuestos de costos variables de operación televisiva.

ANEXO NO. 23

000126





Estudios Tepeyac

Valores calculados de costos de operaciones

Gastos fijos considerados según etapa de operación
(Cifras anuales en millones de pesos)



Nota:

1 Renta de espacios en "sites" de transmisión, telefonía fija, telefonía móvil, consumibles de equipo de producción, escenografía, gastos médicos, seguros, protección civil, permisos y gastos no previstos

Gastos Administrativos y Gastos de Mantenimiento:

Los gastos de administración ascenderán a [REDACTED] pesos anuales
El gasto de mantenimiento anual del equipo se estima en [REDACTED] del valor del mismo

000127

**Estudios Tepeyac**

[REDACTED]

Objeto: compra de espacios publicitarios en radio para la transmisión a través de la estación [REDACTED] Se
agrega copia simple del contrato. ANEXO NO. 24.2

[REDACTED]

Objeto: compra de espacios publicitarios en radio para la transmisión a través de la estación [REDACTED] Se
agrega copia simple del contrato. ANEXO NO. 24.3

[REDACTED]

Objeto: compra de espacios publicitarios en radio para la transmisión a través de la estación [REDACTED] Se
agrega copia simple del contrato. ANEXO NO. 24.4

Cabe hacer mención que los instrumentos jurídicos antes mencionados, son renovados automáticamente, en tanto no medie manifestación expresa de lo contrario, teniendo como documentos justificativos los pagos relacionados con el cumplimiento del objeto de cada uno de ellos.

Por otra parte, existe consentimiento por las partes para la contratación de espacios de transmisión para la programación y contenidos en Amplitud Modulada (A.M), así como de Frecuencia Modulada (F.M).

Atentamente



LIC. CARLOS SALVADOR HUERTA LARA
Representante Legal de Centro de Información Nacional de Estudios Tepeyac, Sociedad
Anónima de Capital Variable

000129

2.3 Precise si los agentes involucrados/relacionados, tienen firmados acuerdos o convenios con otros agentes económicos que participen en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones. De ser el caso precise los principales términos de dichos acuerdos y convenios, incluyendo sus objetivos y alcances, así como características técnicas y operativas. Presente copia de dichos actos

Cuadro Datos de las estaciones de radio y cálculo del espectro total de radiofrecuencias concesionado a otros con quienes se tiene convenios especiales que se tienen celebrados con otros agentes económicos que participan en los sectores de radiodifusión.

ANEXO NO. 24

000130



SINTEXTO