

Licitación No. IFT-1

Requisito 2.9

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:

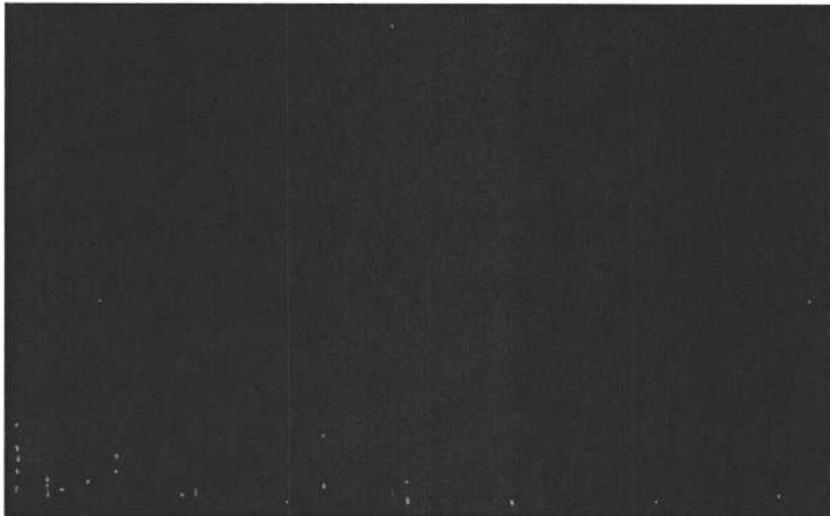
2.9 En caso de que Agentes Involucrados/Relacionados ofrezcan o adquieran contenidos para usos comerciales en televisión radiodifundida, televisión restringida, radio comercial, internet, redes móviles u otras plataformas. Para cada plataforma aporte la siguiente información:

a) Describa las etapas que integran la cadena de valor de los contenidos que se transmiten, por ejemplo: producción, distribución y comercialización u otros.

Para cada etapa, identifique a los principales demandantes y oferentes en cada una de las etapas de dicha cadena en México. Precise en cuales de estas actividades participan los Agentes Involucrados/Relacionados.

Para efectos de atender el requisito y dar una mejor explicación de las etapas que integran la cadena de valor de los contenidos transmitidos en las Estaciones del Grupo [REDACTED] mismo que se encuentra integrado por las siguientes estaciones de radio, en las cuales los Agentes Involucrados/Relacionados, son propietarias:





Al respecto se agrega como anexo al presente, el Diagrama de Cadena de Valor de las Estaciones del Grupo [REDACTED] ANEXO NO. 29

b) Proporcione la lista de los diez principales clientes y proveedores de los Agentes Involucrados/Relacionados en cada una de las etapas identificadas en el inciso anterior.

AL RESPECTO, SE ENLISTAN LOS PRINCIPALES CLIENTES Y PROVEEDORES, QUE INTERVIENEN EN LA INTEGRACION DEL VALOR TOTAL DE LOS CONTENIDOS POR CADA UNA DE LAS ETAPAS DE LA CADENA DE VALOR QUE LAS ESTACIONES DE RADIO PROPIEDAD DE LOS AGENTES INVOLUCRADOS/RELACIONADOS Y QUE FOMAN EL GRUPO [REDACTED]

TEP000



RELACION DE VENTAS A LOS PRINCIPALES CLIENTES EN BASE
AL EJERCICIO 2013

IMPORTE
CON IVA

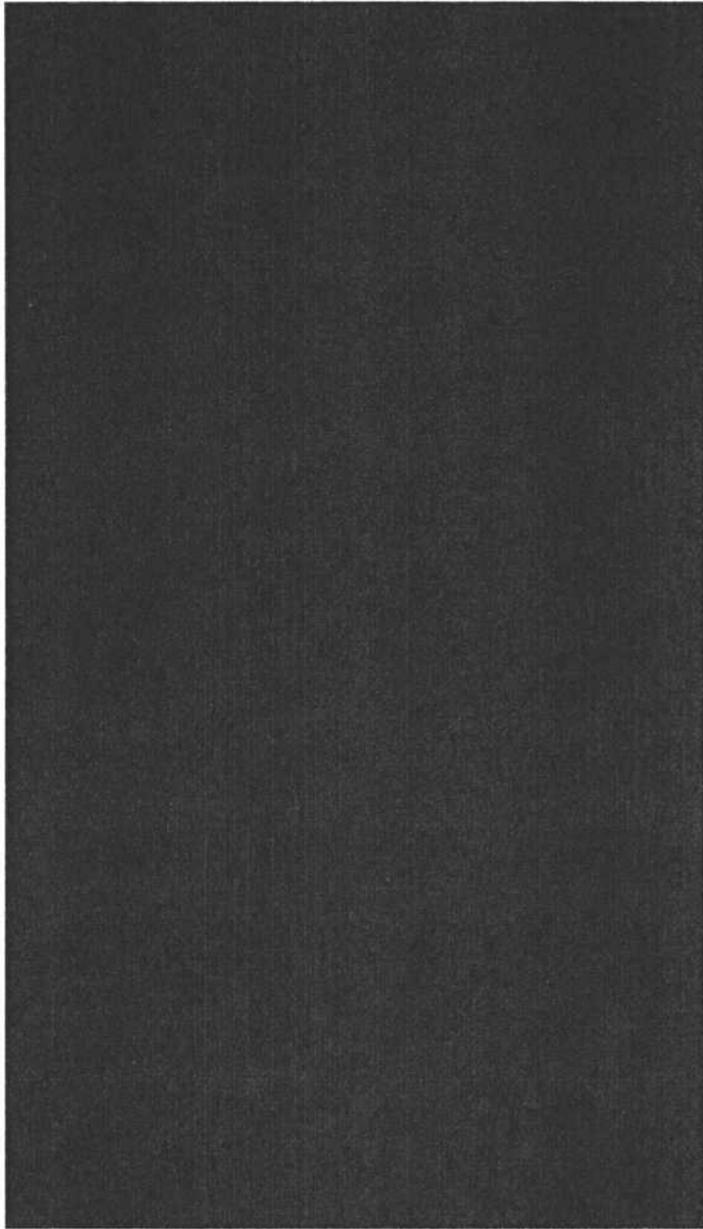
000222



PRINCIPALES PROVEEDORES DE BIENES Y
SERVICIOS MATRIZ Y SUCURSALES

PRINCIPALES PROVEEDORES DE BIENES Y
SERVICIOS

000224



[Handwritten signature]

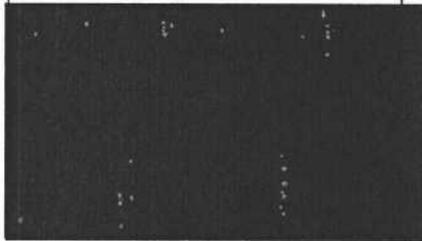
000223



PRINCIPALES PROVEEDORES DE BIENES Y
SERVICIOS



PRINCIPALES PROVEEDORES DE BIENES Y
SERVICIOS



PRINCIPALES PROVEEDORES DE BIENES Y
SERVICIOS



000225



[Redacted]

PRINCIPALES PROVEEDORES DE BIENES Y
SERVICIOS

[Redacted]

[Redacted]

PRINCIPALES PROVEEDORES DE BIENES Y
SERVICIOS

[Redacted]

[Redacted]

PRINCIPALES PROVEEDORES DE BIENES Y
SERVICIOS

[Redacted]

c) Presente valor de ventas y el número de usuarios por tipo de plataforma y el número de usuarios finales por tipo de plataforma, u otro indicador que permita el cálculo de participaciones por plataforma, por empresa y por grupo de interés económico de los Agentes Involucrados/Relacionados y cada uno de sus competidores respecto a la oferta de contenidos. De ser el caso, presente esta información para cada una de las etapas de la cadena de valor identificadas.

Presente la información para cada uno de los tres últimos años que corresponda a actividades realizadas dentro del territorio nacional, en forma agregada y desagregada para cada una de las localidades donde presten servicios. Precise la fuente de información y explique la metodología aplicada respecto a los datos presentados.

En relación con este punto, se enlistan el valor de ventas de las ESTACIONES DE RADIO PROPIEDAD DE LOS AGENTES INVOLUCRADOS/RELACIONADOS y que forman parte DEL GRUPO [Redacted] respecto a la oferta de contenidos.

000205



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

MONTO TOTAL DE VENTAS DE LOS EJERCICIOS			
2013 - 2011			
PLAZA	INGRESOS NETOS		
	2013	2012	2011
[REDACTED]			

Es de destacar que no se cuenta con la información en relación al número de usuarios que llega el servicio de publicidad que realizan los Agentes Involucrados/Relacionados, en razón de que la venta de publicidad de la cadena [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.

420000



██████████ como empresa de apoyo de la cadena ██████████ 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 lo que a la fecha no se ha requerido contratar despachos de estudios y asesoramiento de las empresas Nielsen-IBOPE para que realice el levantamiento de encuestas sobre índices de penetración en su mercado radiofónico.

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

Por lo que la metodología empleada, es en base a lo expresado en los párrafos anteriores.

* LA FUENTE DE INFORMACION SON LOS ESTADOS FINANCIEROS DICTAMINADOS POR UN DESPACHO AUDITOR CERTIFICADO Y LAS NIF (NORMAS DE INFORMACIÓN FINANCIERA). Mismos quedaron incluidos como anexos del punto 1.11 del presente cuestionario, y los cuales que se encuentran identificados como **ANEXOS NO. 17, 18 Y 19** del punto en mención.

d) **Precise la existencia de contratos de exclusividad y sus principales términos. Proporcione copias de al menos tres contratos recientes con diferentes clientes o proveedores de contenidos.**

Mi representada **no cuenta con contratos de exclusividad con ningún cliente y/o proveedor.**

Atentamente

LIC. CARLOS SALVADOR HUERTA LARA

Representante Legal de Centro de Información Nacional de Estudios Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable

000228

2.9 En caso de que Agentes Involucrados/Relacionados ofrezcan o adquieran contenidos para usos comerciales en televisión radiodifundida, televisión restringida, radio comercial, internet, redes móviles u otras plataformas. Para cada plataforma aporte la siguiente información:

a) Describa las etapas que integran la cadena de valor de los contenidos que se transmiten, por ejemplo: producción, distribución y comercialización u otros.

Cadena de valor de las estaciones de la

[REDACTED]

ANEXO NO. 29

000229

Licitación No. IFT-1

NO APLICA

Requisito 2.10

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:

2.10 En caso de que los Agentes Involucrados/Relacionados ofrezcan servicios de telefonía fija, telefonía móvil o internet, presente por cada uno de tales servicios:

a) **Presente precios promedio anuales por la venta de servicios para cada uno de los últimos tres años.**

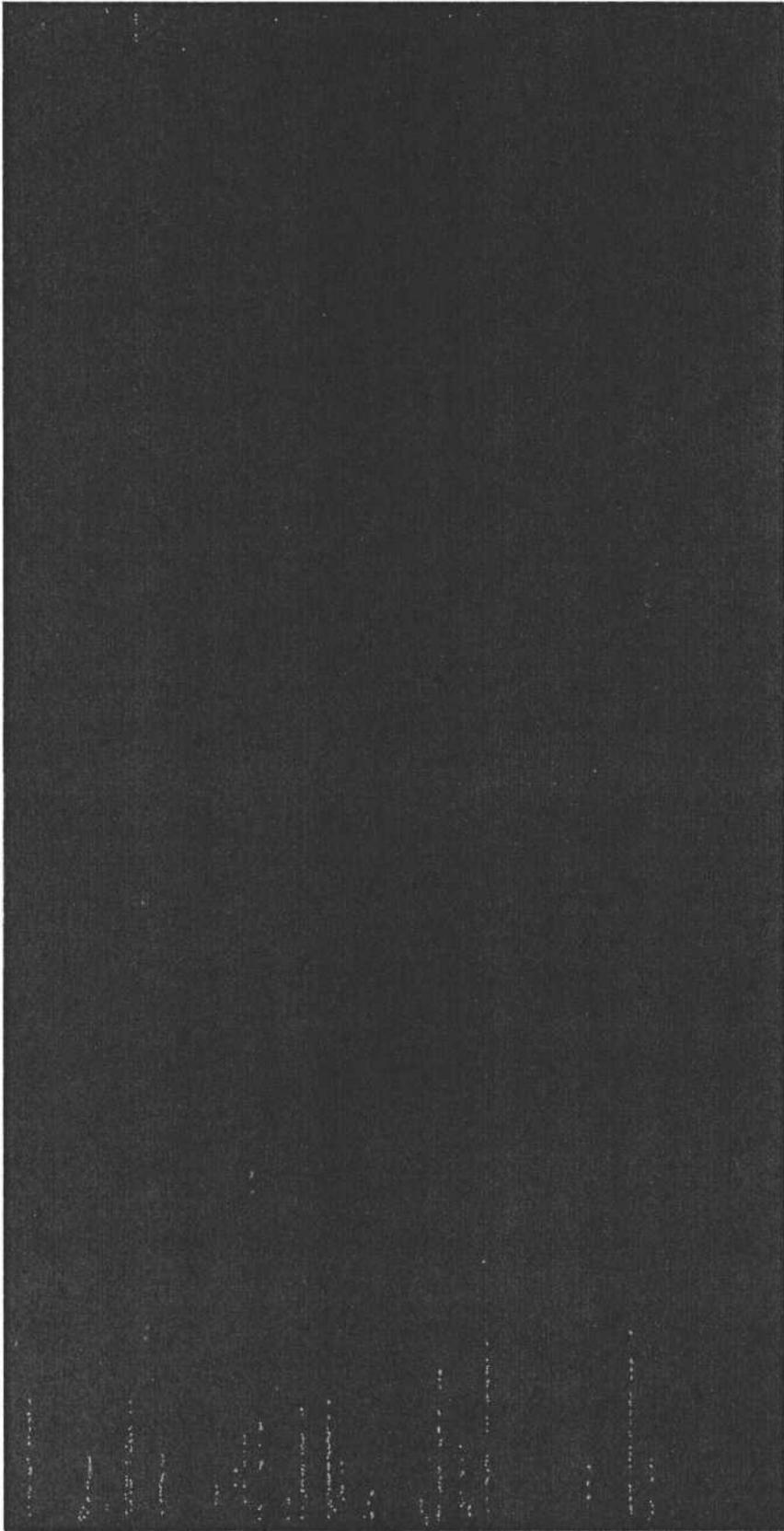
b) **Valor y volumen de ventas, ingresos, número de abonados y otros indicadores que permitan calcular participaciones de mercado por empresa competidora y grupo de interés económico al que pertenecen dichas empresas. Lo anterior para cada uno de los últimos tres años a nivel nacional y, en su caso, para cada una de las localidades donde los Agentes Involucrados/Relacionados presten dichos servicios. Precise la fuente de información y explique la metodología aplicada respecto a los datos presentados.**

000231

Cadena de valor de las estaciones de



Agosto de 2014



000230



c) En caso de que así lo considere, enumere los servicios que considere sustitutos. Respecto de dichos sustitutos identifique sus características, usos y los demás elementos que considere relevantes para concluir dicha sustitución; presente los precios promedio anuales para cada uno de los últimos tres años. También presente los datos de valor y volumen de ventas, ingresos, número de abonados o suscriptores, capacidad y otros indicadores que permitan calcular participaciones de mercado por agente económico propietario y operador en cada una de las localidades relevantes. Precise la fuente de información.

MI REPRESENTADA NO OFRECE SERVICIOS DE TELEFONÍA FIJA, TELEFONÍA MÓVIL O INTERNET, POR LO TANTO **NO APLICA** EL REQUISITO SOLICITADO.

Atentamente


LIC. CARLOS SALVADOR HUERTA LARA

Representante Legal de Centro de Información Nacional de Estudios Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable

000232



Licitación No. IFT-1

NO APLICA

Requisito 2.11

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 2.11:

2.11 En caso de que los Agentes Involucrados/Relacionados lleven a cabo actividades en otros servicios dentro de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, presente para cada uno de tales servicios:

a) **Sus características y usos. En su caso, indique las marcas bajo las cuales se comercializan.**

b) **Precios promedio anuales para cada uno de los últimos tres años.**

c) **Valor y volumen de ventas, ingresos, número de abonados, audiencia, capacidad y otros indicadores que permitan calcular participantes de mercado por empresa y grupo de interés económico de cada uno de los Agentes Involucrados/Relacionados y cada uno de sus competidores. Lo anterior, para cada uno de los últimos tres años a nivel nacional y, en su caso, para cada una d las localidades donde los Agentes Involucrados/Relacionados presten dichos servicios. Precise la fuente de información y explique la metodología aplicada respecto a los datos presentados.**

0002335



d) En caso de que así lo considere, enumere los servicios que considere sustitutos. Respecto de dichos productos sustitutos identifique sus características, usos y los demás elementos que considere relevantes para concluir dicha sustitución; presente los precios promedio anuales para cada uno de los últimos tres años. Así mismo presente los datos de valor y volumen de ventas, ingresos, número de abonados, capacidad y otros indicadores que permitan calcular participaciones de mercado por agente económico y grupo económico a nivel nacional o en su caso, en cada una de las localidades relevantes. Precise la fuente de información.

MI REPRESENTADA NO LLEVA A CABO ACTIVIDADES EN OTROS SERVICIOS DENTRO DE LOS SECTORES DE RADIODIFUSIÓN, POR LO TANTO **NO APLICA** LO SOLICITADO.

Atentamente

LIC. CARLOS SALVADOR HUERTA LARA

Representante Legal de Centro de Información Nacional de Estudios Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable

000234



Licitación No. IFT-1

Requisito 2.12

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 2.12:

2.12 Para cada uno de los servicios donde Agentes Involucrados/Relacionados lleven a cabo actividades en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones:

a) Describa los insumos utilizados en su elaboración y precise su composición con relación a los costos totales de producción (monto monetario y porcentaje). Asimismo, identifique a sus proveedores actuales y potenciales, así como las condiciones de acceso y las restricciones a las que se enfrentan las empresas para adquirirlos. Precise la frecuencia con la cual se tiene que recurrir a contratos de largo plazo en su abastecimiento.

En general mi representada requiere de los siguientes insumos para su operación, mismos que son base para tales fines:

000000



Estudios Tepeyac

RELACION DE PRINCIPALES INSUMOS UTILIZADOS EN LAS RADIODIFUSORAS EN BASE AL EJERCICIO 2013	
ENERGIA ELECTRICA	
TELEFONOS	
MATERIAL DE GRABACION	
TOTAL	

NOTA : LA EMPRESA NO RECURRE A CONTRATOS A LARGO PLAZO

En cuanto a los proveedores actuales y potenciales, se pueden considerar a los siguientes:



Así mismo, se manifiesta que a la fecha no se han presentado restricciones para adquirir los servicios ni condiciones de acceso.

b) Precise la localización de las instalaciones de los Agentes Involucrados/Relacionados, la ubicación de sus principales centros de distribución y la relación que estos guarden con dichos agentes económicos.

Para cumplir con este requisito, se agrega la relación en el que se detalla las concesiones y permisos otorgados por el Gobierno Federal a las diferentes sociedades denominados Agentes Involucrados/Relacionados en los cuales tiene participación accionaria de manera directa o indirecta con los servicios de radiodifusión, desglosándose además la **localización de las instalaciones de los Agentes Involucrados/Relacionados, la ubicación de sus principales centros de distribución y la relación que estos guarden con dichos agentes económicos. ANEXO NO. 30.**

c) Describa la capacidad instalada y la usada y el grado de utilización de las instalaciones operadas por los Agentes Involucrados/Relacionados, así como en su caso de las operadas por competidores y de la capacidad instalada y usada en el mercado.

Las concesiones y permisos otorgados por el Gobierno Federal a las diferentes sociedades que forman parte de los Agentes Involucrados/Relacionados en los cuales tiene participación accionaria de manera directa o indirecta con los servicios de radiodifusión, a efecto de cumplimentar este punto se agrega nuevamente como anexo, la relación que describe la capacidad instalada y la usada por las operadoras. **ANEXO NO. 30.**

000236



Precisándose que el servicio de radiodifusión se cumple actualmente al 100% de lo autorizado por el Título de la Concesión y al 100% de su capacidad instalada y de su operación.

Así mismo es de señalarse que no se tiene información de competitividad.

d) **Precise el monto de la inversión que un nuevo competidor requeriría para iniciar operaciones. Considere instalaciones con un tamaño similar a la que operan actualmente los Agentes Involucrados/Relacionados. Así mismo precise los plazos que le tomarían a ese nuevo competidor entrar al mercado; considere las siguientes fases: planeación, diseño, obtención de permisos gubernamentales, construcción y acondicionamiento de las instalaciones, arranque de operaciones, mercadeo, periodo de pruebas para cumplir con requerimientos de clientes y distribución y comercialización final; identifique las fases que se puedan traslapar.**

COSTO ESTIMADO PARA LA INSTALACIÓN DE UNA ESTACIÓN DE AM DE 10 Kw. Y FM 10 Kw. PAR

INFRAESTRUCTURA



000237



EQUIPAMIENTO		
RUBRO	CARACTERÍSTICAS	COSTO ESTIMADO

NOTAS:

COSTOS ESTIMADOS EN MONEDA NACIONAL. CONSIDERANDO LA INSTALACIÓN DE UNA EMISORA AM Y FM CON POTENCIA DE 10 Kw.

000238



Por lo que respecta a los plazos que le tomarían a ese nuevo competidor entrar al mercado, se considera que este debe estar operando en estimado tiempo total de: 36 meses.

Considerando las siguientes fases:

- Planeación, diseño, obtención de permisos gubernamentales, construcción y acondicionamiento de las instalaciones: Un tiempo estimado de 18 meses.
- Arranque de operaciones, mercadeo, periodo de pruebas: Un tiempo estimado de 12 meses.
- Distribución y comercialización final para cumplir con requerimientos de clientes: Un tiempo estimado de 6 meses.
- En cuanto a las fases que se puedan traslapar, sería la de mercadeo, con la distribución y comercialización. No obstante de que se pueden ir desarrollando paralelamente.

e) Describa los canales de distribución utilizados por los Agentes Involucrados/Relacionados en la comercialización de los servicios y presente un desglose de las ventas de las partes por cada canal. Identifique los medios de transporte utilizados; los tiempos de entrega; las condiciones de venta y formas de pago, así como las dificultades logísticas para la distribución. Precise la existencia de vínculos corporativos o de consejeros cruzados de los agentes económicos involucrados con sus distribuidores. Asimismo, identifique la existencia de contratos de exclusividad y el grado en que los Agentes Involucrados/Relacionados y sus competidores recurren a éstos distribución y comercialización.

En cuanto a este requisito, se señala:

- Los Agentes Involucrados/Relacionados están utilizando como medios de transporte la señal satelital.
- Tiempos de entrega: Se transmite de manera inmediata por la señal que se utiliza.
- Las condiciones de venta: [REDACTED]
- Las formas de pago, [REDACTED]
- De las dificultades logísticas para la distribución, que se hayan generado, se puede establecer que actualmente, no se deberían presentar por toda la tecnología de vanguardia que se utiliza.



f) Describa la importancia que tienen las marcas y la publicidad de dichas marcas en la capacidad de las empresas para competir en los mercados. Asimismo, precise el monto y el porcentaje con respecto a ventas que representa los gastos que los Agentes Involucrados/Relacionados dedican a la publicidad. Asimismo, presente los estudios que tenga respecto a reconocimiento e importancia de las marcas, así como de reacción de los consumidores a dicho reconocimiento e importancia.

Mi representada no cuenta con marcas comerciales para productos que requieran del uso del espectro radioeléctrico para su comercialización.

g) Precise si los Agentes Involucrados/Relacionados participan en cámaras y asociaciones, así como el tipo de información que se intercambia en las mismas.

Mi representada participa en la Cámara de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT), en todo lo relacionado con la industria de la radiodifusión.

Atentamente

LIC. CARLOS SALVADOR HUERTA LARA

Representante Legal de Centro de Información Nacional de Estudios Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable

000241

2.12 Para cada uno de los servicios donde Agentes Involucrados/Relacionados lleven a cabo actividades en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones:

b) Precise la localización de las instalaciones de los Agentes Involucrados/Relacionados, la ubicación de sus principales centros de distribución y la relación que estos guarden con dichos agentes económicos.

c) Describa la capacidad instalada y la usada y el grado de utilización de las instalaciones operadas por los Agentes Involucrados/Relacionados, así como en su caso de las operadas por competidores y de la capacidad instalada y usada en el mercado.

Cuadro Datos de las estaciones de radio y cálculo del espectro total de radiofrecuencias concesionado a empresas relacionadas con

[REDACTED]

ANEXO NO. 30

000242





Estudios Tepeyac

26 de Agosto de 2013

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 (Entidad)	Comisión de Radiocomunicaciones	Entidad Federativa	Nombre de la Estación	Clasificación de la Estación	Clase de Servicio	Clase de Frecuencia	Clase de Modulación	Clase de Emisión	Clase de Canal	Clase de Banda	Clase de Frecuencia	Clase de Modulación	Clase de Emisión	Clase de Canal	Clase de Banda	Clase de Frecuencia	Clase de Modulación	Clase de Emisión	Clase de Canal	Clase de Banda	
México	Baja California																				
Comisión de Radiocomunicaciones	Chapas																				
Ciudad de México	Distrito Federal																				
Chihuahua	Sucre																				
Guatemala	Sucre																				
Tlaxcala	Sucre																				
Veracruz	Sucre																				
Yucatán	Sucre																				
Quintana Roo	Sucre																				

000243

Licitación No. IFT-1

NO APLICA

Requisito 2.13

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 2.13:

2.13 Para cada uno de los servicios donde los Agentes Involucrados/Relacionados lleven a cabo actividades en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, precise si dichos agentes proveen capacidad de infraestructura o servicios para otros operadores en estos sectores.

En caso afirmativo, identifique de que servicios se trata, por localidad. Asimismo, presente información sobre ingresos, tráfico cursado, usuarios u otra variable que permita calcular la participación de mercado de cada uno de los Agentes Involucrados/Relacionados y de cada uno de sus competidores a nivel nacional para cada uno de los últimos tres años. Precise la fuente de la información proporcionada.

MI REPRESENTADA NO PROVEE CAPACIDAD DE INFRAESTRUCTURA O SERVICIOS PARA OTROS OPERADORES EN ESTOS SECTORES, POR LO TANTO **NO LE APLICA EL PUNTO SOLICITADO.**

Atentamente

LIC. CARLOS SALVADOR HUERTA LARA

Representante Legal de Centro de Información Nacional de Estudios Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable

000245



Licitación No. IFT-1

Requisito 2.14

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 2.14:

2.14 Para cada uno de los servicios donde los Agentes Involucrados/Relacionados lleven a cabo actividades en sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, precise si ha contratado capacidad en infraestructura y/o servicios de terceros concesionarios de radiodifusión y telecomunicaciones.

En caso afirmativo, identifique de que servicios se trata, por localidad. Asimismo, presente información sobre pagos realizados, trafico cursado, usuarios u otra variable de cada uno de los proveedores a nivel nacional para cada uno de los últimos tres años. Indique la importancia relativa (en porcentaje) de cada proveedor en total de pagos realizados por estos conceptos. Precise la fuente de información.

Mi representada no ha contratado capacidad en infraestructura y/o servicios de terceros concesionarios de radiodifusión y telecomunicaciones, por lo tanto **NO LE APLICA** el punto solicitado.

Atentamente

LIC. CARLOS SALVADOR HUERTA LARA

Representante Legal de Centro de Información Nacional de Estudios Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable

000246



Licitación No. IFT-1

Requisito 2.15

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 2.15:

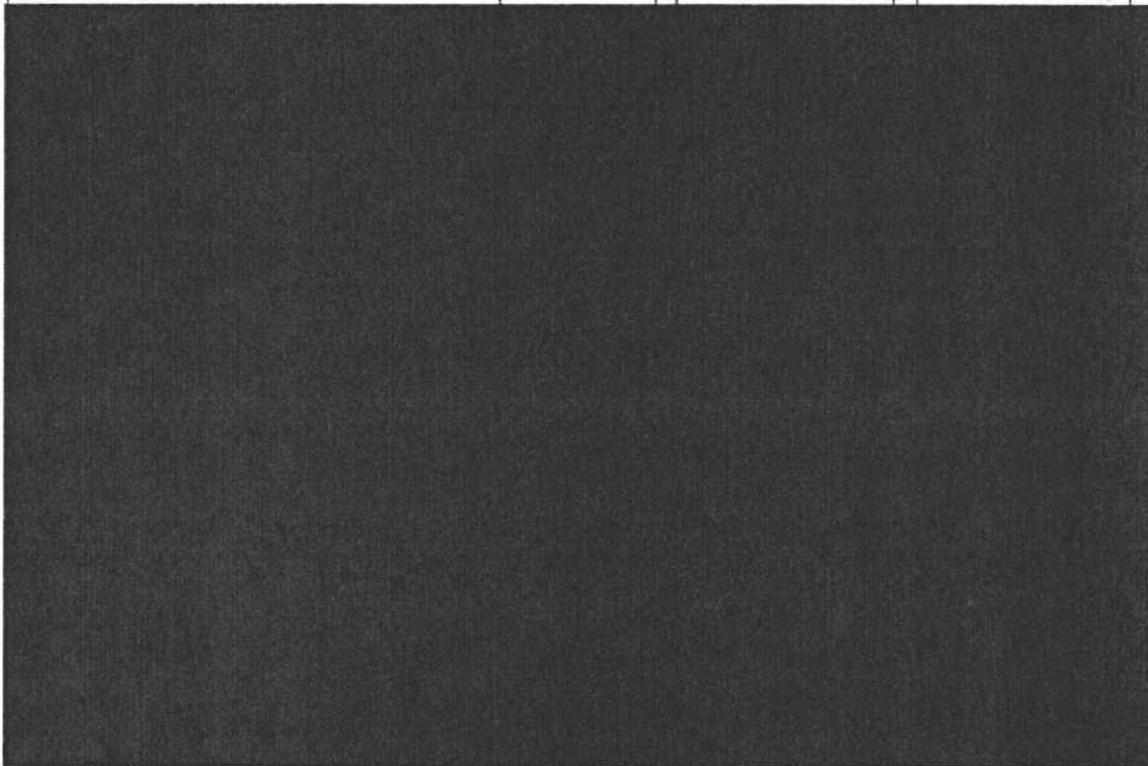
2.15 Para cada una de las plataformas a través de los cuales se ofrecen servicios de publicidad (TV radiodifundida, TV restringida; medios escritos, radio, internet, publicidad exterior, etc.) presente valor de las ventas de espacios publicitarios a nivel nacional, para cada uno de los últimos tres años. Para cada una de las plataformas identificadas, desglose las ventas de espacios publicitarios por empresa adquirente y grupo de interés económico. Precise la fuente de información.

- **TABLA MONTO TOTAL DE VENTAS POR ESTACIÓN DE LOS TRES ÚLTIMOS AÑOS.**

000247



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



* Las fuentes son los estados financieros dictaminados y las NIF (Normas de Información Financiera).

* Ventas generales de espacios publicitarios por empresa adquiriente:

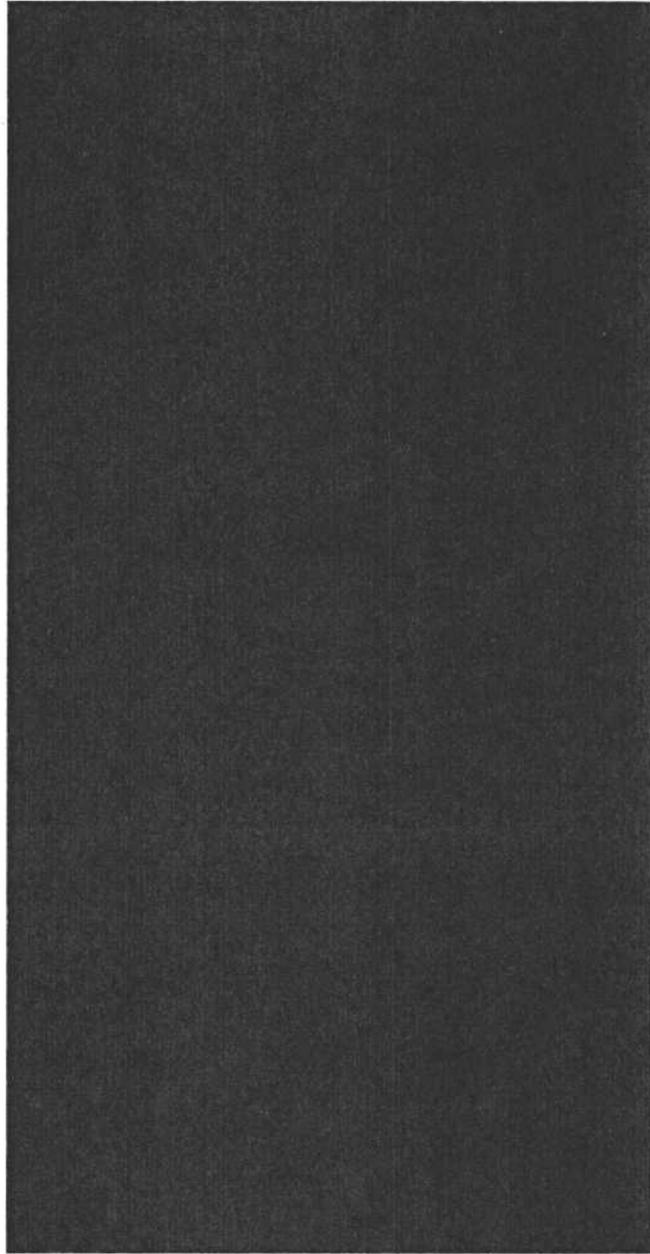
000248



RELACION DE VENTAS A LOS PRINCIPALES CLIENTES EN BASE
AL EJERCICIO 2013

IMPORTE
CON IVA

000249



* Las fuentes son los estados financieros dictaminados y las NIF (Normas de Información Financiera).

Atentamente

LIC. CARLOS SALVADOR HUERTA LARA

Representante Legal de Centro de Información Nacional de Estudios Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable

000250



Licitación No. IFT-1

Requisito 2.16

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 2.16:

2.16 Explicar las ventajas y desventajas que tiene cada uno de las plataformas a través de los cuales se ofrecen servicios de publicidad para captar audiencia.

A efectos de dar contestación, al presente requisito, se explican de manera detallada las ventajas y desventajas de cada una de las plataformas para prestar el servicio de publicidad a través de los diferentes medios como es el de Radio, Periódicos y Servicios de Espectaculares. Para lo cual se agrega como Anexo el Análisis FODA. **ANEXO NO. 31.**

Atentamente

LIC. CARLOS SALVADOR HUERTA LARA

Representante Legal de Centro de Información Nacional de Estudios Tepeyac, Sociedad Anónima de Capital Variable

000251

2.16 Explicar las ventajas y desventajas que tiene cada uno de las plataformas a través de los cuales se ofrecen servicios de publicidad para captar audiencia.

Análisis FODA (FODAP) para las plataformas de [REDACTED] en publicidad.

ANEXO NO. 31

000252





Estudios Tepeyac

Análisis FODA (FODAP) para las plataformas de [redacted] en Publicidad

Plataforma	Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas	Desventajas	Prospecciones con la TBT
Radio	<p>no requiere toda la atención sino solo la auditiva</p> <p>El medio penetra a la inmensa mayoría de los vehículos particulares</p> <p>El medio es usado con alta penetración doméstica en algunos horarios</p> <p>El medio penetra selectivamente en algunas oficinas y comercios</p> <p>Tiene formatos que permitan las entrevistas largas con contenidos detallados</p> <p>Es el medio de más impacto político en la República Mexicana</p> <p>Sirve a la vez de entretenimiento como de medio de información</p> <p>Es el medio más sencillo de uso para la población con baja escolaridad</p> <p>La inversión para recibirlo es la más barata de todas</p> <p>Trabaja en tiempo real ya que puede llevar a cabo controles remotos</p>	<p>Sigue creciendo exponencialmente ya se inserta en Internet y redes sociales</p> <p>El sector de menor ingreso sigue siendo el que tiene mayor crecimiento</p>	<p>La atención se puede desviar más fácilmente si no atraer al sentido de la vista</p> <p>Requiere de mayor redacción descriptiva para entender los conceptos</p> <p>No se muestran los productos que se anuncian, no hay visualización</p> <p>Las imágenes pueden ser deformadas por las ideas preconcebidas del espectador</p> <p>La audiencia es muy fragmentada de acuerdo al tipo de programa</p> <p>El anuncio es efímero y por lo tanto la conciliación de cobranza es difícil</p> <p>Si el receptor no está prevenido no puede tomar nota de lo anunciado</p>	<p>Alto potencial del radio (especial), aunque en México no ha cristalizado</p> <p>La distribución de radio por teléfono celular, ya que ésta es un cadazo</p> <p>La radio analógica tiene interferencias</p> <p>La transmisión es atzada por los Rayos y durante el día y su alcance es menor</p> <p>Los costos medios de producción son altos y no se reflejan en el precio</p>	<p>La atención se puede desviar más fácilmente si no atraer al sentido de la vista</p> <p>Requiere de mayor redacción descriptiva para entender los conceptos</p> <p>No se muestran los productos que se anuncian, no hay visualización</p> <p>Las imágenes pueden ser deformadas por las ideas preconcebidas del espectador</p> <p>La audiencia es muy fragmentada de acuerdo al tipo de programa</p> <p>El anuncio es efímero y por lo tanto la conciliación de cobranza es difícil</p> <p>Si el receptor no está prevenido no puede tomar nota de lo anunciado</p>	<p>A obtener mayor cantidad de contenidos ya que con la nueva tecnología, con capacidad por hora, se puede dotar de equipos para levantar imágenes</p> <p>Indistintamente a los reporteros de los periódicos, de la radio y de la TV y usar la imagen que convenga para cualquiera de los tres medios independientemente de quién la haya conseguido. (multiplicación de fuentes)</p>
Periódicos	<p>Es el medio más barato para anunciar productos y tiene imagen visual</p> <p>Se pueden enviar mensajes más complejos y notificaciones de carácter legal</p> <p>Cada artículo publicitario permanece por más tiempo ya que es impreso</p> <p>El medio puede ser retomado por otros usuarios (ej. en ilustradoras de calzado)</p> <p>Hay evidencia impresa para la conciliación de la cobranza</p> <p>Se pueden consultar ediciones muy viejas en las hemerotecas (históricas)</p> <p>No requiere de ningún equipo especial para ser recibido</p> <p>Se consigue en cualquier esquina de las principales calzadas de las ciudades</p> <p>El material con que está hecho es nuevamente reciclado y cuenta para la venta</p> <p>Se pueden recortar los anuncios para recordarlos o tenerlos en casa</p>	<p>La inclusión de los periódicos en los medios electrónicos</p> <p>La interacción con otros medios que publican en tiempo real</p> <p>El aprovechamiento de la nueva tecnología 4G de TV que permite sinergia</p>	<p>El costo de material y de distribución del medio que usa la plataforma</p> <p>El analfabetismo y el analfabetismo funcional (quienes no leen)</p> <p>El tiempo de reacción para insertar la nota y el mensaje publicitario</p> <p>La confusión inducida entre información y publicidad que quita credibilidad</p> <p>La aparición de los periódicos de baja calidad y duración efímera</p>	<p>El costo de reposición</p> <p>Mayor tendencia y facilidad de apertura de competencia</p> <p>Requieren mayor mantenimiento</p> <p>Es publicidad fija e inmovil</p> <p>Daños por vandalismo</p>	<p>Alto costo de reposición</p> <p>Mayor tendencia y facilidad de apertura de competencia</p> <p>Requieren mayor mantenimiento</p> <p>Es publicidad fija e inmovil</p> <p>Daños por vandalismo</p>	<p>A obtener mayor cantidad de contenidos ya que con la nueva tecnología, con capacidad por hora, se puede dotar de equipos para levantar imágenes</p> <p>Indistintamente a los reporteros de los periódicos, de la radio y de la TV y usar la imagen que convenga para cualquiera de los tres medios independientemente de quién la haya conseguido. (multiplicación de fuentes)</p>
Espectaculares	<p>La ubicación de las pantallas en puntos estratégicos con gran afluencia</p> <p>Son vistas por peatones y conductores de vehículos</p> <p>Llaman la atención por ser luminosas</p> <p>La duración del Spot lo hace asimilable</p> <p>Sabiendo la ubicación el público busca la información como reflejo condicionado</p>	<p>Crecimiento inmediato cuando se detecta una necesidad en zona urbana</p> <p>Sinergia con la producción de TV</p> <p>Mejoramiento tecnológico cotidiano que lo hace más atractivo</p>	<p>Alto costo de reposición</p> <p>Mayor tendencia y facilidad de apertura de competencia</p> <p>Requieren mayor mantenimiento</p> <p>Es publicidad fija e inmovil</p> <p>Daños por vandalismo</p>	<p>Alto costo de reposición</p> <p>Mayor tendencia y facilidad de apertura de competencia</p> <p>Requieren mayor mantenimiento</p> <p>Es publicidad fija e inmovil</p> <p>Daños por vandalismo</p>	<p>Alto costo de reposición</p> <p>Mayor tendencia y facilidad de apertura de competencia</p> <p>Requieren mayor mantenimiento</p> <p>Es publicidad fija e inmovil</p> <p>Daños por vandalismo</p>	<p>Se puede ver muy beneficiado con lo que se logre hacer por las otras dos plataformas actuales y por la TV ya que puede aprovechar los materiales "sivantados" por todos esos medios</p>

000203



SOLICITANTE: CENTRO DE INFORMACIÓN NACIONAL DE ESTUDIOS TEPEYAC S.A DE C.V. LICITACION NO. IFT-1 CUESTIONARIO DEL INSTRUCTIVO RELACIÓN DE ANEXOS			
NO. DEL REQUISITO	TEMA	NO. DE ANEXO	NO. DE PAGINA
	1. DATOS GENERALES E INFORMACIÓN CORPORATIVA		
1.1	SIN ANEXO		
1.2	PODER GENERAL	ANEXO 1	1 DEL PUNTO 1.2
1.3	*ESCRITURA CONSTITUTIVA NO. 83952	ANEXO 2	1 DEL PUNTO 1.3
	*ESCRITURA NO. 84806	ANEXO 3	1 DEL PUNTO 1.2
	*ESCRITURA NO. 128,650	ANEXO 4	2 DEL PUNTO 1.3
	*ESCRITURA NO. 253	ANEXO 5	2 DEL PUNTO 1.3
	*ESCRITURA NO. 324	ANEXO 6	2 DEL PUNTO 1.3
	*ESCRITURA NO. 1426	ANEXO 7	2 DEL PUNTO 1.3
	*ESCRITURA NO. 4631	ANEXO 8	3 DEL PUNTO 1.3
	*ESCRITURA NO. 5127	ANEXO 9	3 DEL PUNTO 1.3
	DOCUMENTACIÓN LEGAL *SE ANEXAN POR SEPARADO A LA CARPETA DE PRESENTACIÓN.		
1.4	NO APLICA AL SOLICITANTE		
1.5	SIN ANEXO		
1.6	SIN ANEXO		
1.7	RELACIÓN QUE CONTIENE LOS DATOS DE LAS CONCESIONES PROPIEDAD DE LAS SOCIEDADES (AGENTES INVOLUCRADOS/RELACIONADOS), EN LAS CUALES TIENEN PARTICIPACIÓN ACCIONARIA LOS ACCIONISTAS DE LA SOLICITANTE.	ANEXO 10	18 DEL PUNTO 1.7


Estudios Tepeyac

	DIAGRAMA CORPORATIVO DEL SOLICITANTE	ANEXO 11	18 DEL PUNTO 1.7
	DIAGRAMA CORPORATIVO DE LAS SOCIEDADES EN LAS CUALES SE TIENEN PARTICIPACIÓN ACCIONARIA LOS ACCIONISTAS DE LA SOLICITANTE.	ANEXO 12	18 DEL PUNTO 1.7
1.8	NO APLICA AL SOLICITANTE		
1.9	RELACIÓN QUE CONTIENE LOS DATOS DE LAS CONCESIONES PROPIEDAD DE LAS SOCIEDADES (AGENTES INVOLUCRADOS/RELACIONADOS), EN LAS CUALES TIENEN PARTICIPACIÓN ACCIONARIA LOS ACCIONISTAS DE LA SOLICITANTE.	ANEXO 13	4 DEL PUNTO 1.9
	RELACIÓN QUE CONTIENE LA IDENTIFICACIÓN DE LAS SOCIEDADES CON LAS CUALES LA SOLICITANTE (AGENTES INVOLUCRADOS/RELACIONADOS) TIENE VÍNCULOS DE TIPO COMERCIAL, QUE ACTUALMENTE CUENTEN CON CONCESIONES PARA PRESTAR SERVICIOS DE RADIODIFUSIÓN.	ANEXO 14	4 DEL PUNTO 1.9
	COPIAS DE CONTRATOS CELEBRADOS CON SOCIEDADES CON LAS CUALES LA SOLICITANTE (AGENTES INVOLUCRADOS/RELACIONADOS) TIENE VÍNCULOS DE TIPO COMERCIAL, Y QUE ACTUALMENTE CUENTEN CON CONCESIONES PARA PRESTAR SERVICIOS DE RADIODIFUSIÓN.	ANEXO 15 ANEXO 15.1 ANEXO 15.2 ANEXO 15.3	5 DEL PUNTO 1.9
1.10	RELACIÓN QUE CONTIENE LOS DATOS DE LAS CONCESIONES PROPIEDAD DE LAS SOCIEDADES (AGENTES INVOLUCRADOS/RELACIONADOS), EN LAS CUALES TIENEN PARTICIPACIÓN ACCIONARIA LOS ACCIONISTAS DE LA SOLICITANTE.	ANEXO 16	7 DEL PUNTO 1.10
1.11	*ESTADOS FINANCIEROS DICTAMINADOS DE LAS SOCIEDADES CONTROLADORAS (EJERCICIO FISCAL 2011)	ANEXO 17	1 DEL PUNTO 1.11
	*ESTADOS FINANCIEROS DICTAMINADOS DE LAS SOCIEDADES	ANEXO 18	1 DEL PUNTO 1.11



	CONTROLADORAS (EJERCICIO FISCAL 2012)		
	*ESTADOS FINANCIEROS DICTAMINADOS DE LAS SOCIEDADES CONTROLADORAS (EJERCICIO FISCAL 2013)	ANEXO 19	1 DEL PUNTO 1.11
	DOCUMENTACIÓN FINANCIERA *SE ANEXAN POR SEPARADO A LA CARPETA DE PRESENTACIÓN.		
1.12	SIN ANEXO		
1.13	SIN ANEXO		
2. INFORMACIÓN DE PRODUCTOS Y MERCADOS			
2.1	RELACIÓN QUE CONTIENE LOS DATOS SOLICITADOS DE LAS CONCESIONES PROPIEDAD DE LAS SOCIEDADES (AGENTES INVOLUCRADOS/RELACIONADOS), EN LAS CUALES TIENEN PARTICIPACIÓN ACCIONARIA LOS ACCIONISTAS DE LA SOLICITANTE.	ANEXO 20	1 DEL PUNTO 2.1
2.2 INCISO A)	PRESENTACIÓN DE COSTOS POTENCIALES PARA LA INVERSIÓN EN UNA RED DE TVT EN MÉXICO.	ANEXO 21	1 DEL PUNTO 2.2
INCISO A)	PLAN ANUALIZADO DE INVERSIÓN PARA EL PROYECTO DE TVT.	ANEXO 22	1 DEL PUNTO 2.2
INCISO H)	VALORES CALCULADOS DE COSTOS FIJOS Y PROPUESTOS DE COSTOS VARIABLES DE OPERACIÓN TELEVISIVA.	ANEXO 23	12 DEL PUNTO 2.2
2.3	DATOS DE LAS ESTACIONES DE RADIO Y CÁLCULO DEL ESPECTRO TOTAL DE RADIOFRECUENCIAS CONCESIONADAS A OTROS CON QUIENES SE TIENEN CONVENIOS ESPECIALES QUE SE TIENEN CELEBRADOS CON OTROS AGENTES ECONÓMICOS QUE PARTICIPAN EN LOS SECTORES DE RADIODIFUSIÓN.	ANEXO 24	1 DEL PUNTO 2.3
	COPIAS DE CONTRATOS FIRMADOS POR LOS AGENTES INVOLUCRADOS/RELACIONADOS, CON OTROS AGENTES ECONÓMICOS QUE PARTICIPAN EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN, MISMOS QUE CONTIENEN LOS DATOS	ANEXO 24.1 ANEXO 24.2 ANEXO 24.3	2 DEL PUNTO 2.3



	SOLICITADOS.		
2.4	DATOS DE LAS ESTACIONES DE RADIO Y CÁLCULO DE ESPECTRO TOTAL DE RADIO FRECUENCIAS CONCESIONADOS A EMPRESAS DEL SOLICITANTE	ANEXO 25	1 DEL PUNTO 2.4
2.5	CURVA DE INVERSIÓN CONTRA POBLACIÓN TOTAL ATENDIDA POR LA TVT EN LA REPÚBLICA MEXICANA.	ANEXO 26	3 DEL PUNTO 2.5
2.6	NO APLICA AL SOLICITANTE		
2.7	NO APLICA AL SOLICITANTE		
2.8 INCISO A)	RELACIÓN QUE CONTIENE LOS DATOS SOLICITADOS DE LAS CONCESIONES PROPIEDAD DE LAS SOCIEDADES (AGENTES INVOLUCRADOS/RELACIONADOS), EN LAS CUALES TIENEN PARTICIPACIÓN ACCIONARIA LOS ACCIONISTAS DE LA SOLICITANTE	ANEXO 27	1 DEL PUNTO 2.8
INCISO B)	DATOS DE LAS ESTACIONES DE RADIO Y CÁLCULO DEL ESPECTRO TOTAL DE RADIOFRECUENCIAS CONCESIONADAS A OTROS CON QUIENES SE TIENEN CONVENIOS ESPECIALES QUE SE TIENEN CELEBRADOS CON OTROS AGENTES ECONÓMICOS QUE PARTICIPAN EN LOS SECTORES DE RADIODIFUSIÓN	ANEXO 27	2 DEL PUNTO 2.8
INCISO E)	DATOS DE LAS ESTACIONES DE RADIO Y CÁLCULO DEL ESPECTRO TOTAL DE RADIOFRECUENCIAS CONCESIONADAS A OTROS CON QUIENES SE TIENEN CONVENIOS ESPECIALES QUE SE TIENEN CELEBRADOS CON OTROS AGENTES ECONÓMICOS QUE PARTICIPAN EN LOS SECTORES DE RADIODIFUSIÓN	ANEXO 28	2 DEL PUNTO 2.8
	COPIAS DE CONTRATOS FIRMADOS POR LOS AGENTES INVOLUCRADOS/RELACIONADOS, CON OTROS AGENTES ECONÓMICOS QUE PARTICIPAN EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN, MISMOS QUE CONTIENEN LOS DATOS SOLICITADOS.	ANEXO 28.1 ANEXO 28.2 ANEXO 28.3 ANEXO 28.4	2 DEL PUNTO 2.8
2.9	GRAFICA QUE CONTIENE LA CADENA DE VALOR DE LOS CONTENIDOS QUE SE TRANSMITEN EN LA RADIO COMERCIAL DE LOS	ANEXO 29	1 DEL PUNTO 2.9


Estudios Tepeyac

	AGENTES INVOLUCRADOS/RELACIONADOS.		
2.10	NO APLICA AL SOLICITANTE		
2.11	NO APLICA AL SOLICITANTE		
2.12 INCISO A) INCISO B)	RELACIÓN QUE CONTIENE LOS DATOS DE LAS CONCESIONES PROPIEDAD DE LAS SOCIEDADES (AGENTES INVOLUCRADOS/RELACIONADOS), EN LAS CUALES TIENEN PARTICIPACIÓN ACCIONARIA LOS ACCIONISTAS DE LA SOLICITANTE.	ANEXO 30	2 DEL PUNTO 2.12
2.13	NO APLICA AL SOLICITANTE		
2.14	NO APLICA AL SOLICITANTE		
2.15	NO APLICA AL SOLICITANTE		
2.16	ANÁLISIS FODA, VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE CADA UNA DE LAS PLATAFORMAS PARA PRESTAR EL SERVICIO DE PUBLICIDAD A TRAVÉS DE LOS DIFERENTES MEDIOS COMO ES EL DE RADIO, PERIÓDICOS Y SERVICIOS DE ESPECTACULARES	ANEXO 31	1 DEL PUNTO 2.16

SIN TEXTO