

Estudio de diagnóstico del Servicio de Radiodifusión Sonora en México

Unidad de Competencia Económica

Dirección General de Consulta Económica

Marzo de 2020



Aviso legal

Este estudio se publica con el objeto de ofrecer información detallada y objetiva para que el público en general pueda tener una visión más clara sobre la evolución reciente y el estado actual de las condiciones económicas en la provisión del **servicio de radiodifusión sonora** en México.

Su realización estuvo a cargo de la **Unidad de Competencia Económica a través de la Dirección General de Consulta Económica**, con fundamento en los artículos 20, fracción XVII, y 47, fracción IX, del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones.

El contenido de este documento no refleja la opinión ni es vinculante para el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones. El análisis que se llevó a cabo a lo largo de este documento, así como sus resultados y conclusiones, no prejuzgan sobre: i) resultados y conclusiones de otros procedimientos que pudiera llevar a cabo el Instituto, en los que se analicen casos particulares, o se cuente con información específica, adicional o proveniente de fuentes distintas a las del presente estudio, y iii) el ejercicio de las demás facultades que corresponden al Instituto como autoridad reguladora y de competencia económica en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión.

Introducción

El Servicio de Radiodifusión Sonora es un servicio público de interés general de **acceso gratuito** para la población y, en **algunas zonas o regiones del país, es el único medio a través del cual se puede tener acceso** a contenidos e información de diversa índole.

Además, el SRS es el medio con mayor cobertura: 96% y 93% de la población nacional, al 4T de 2018, vivía en localidades que cuentan con cobertura del SRS en AM y en FM, respectivamente.

Su amplia cobertura y acceso gratuito, convierten al SRS en una de las fuentes más importantes de información y entretenimiento para los mexicanos. Por ello, el SRS ha sido históricamente un medio idóneo para la difusión de la cultura, la educación, las ideas, la libre expresión, información noticiosa y entretenimiento para la población, beneficiando el desarrollo social, económico y cultural del país.

De esta manera, el SRS contribuye a garantizar el derecho de acceso a información plural y oportuna, establecido en el artículo 6 de la CPEUM, de la misma manera que contribuye al objetivo de difundir contenidos que promuevan la integración nacional, la formación educativa, cultural y cívica, y la expresión de la diversidad de ideas y opiniones.

La relevancia del SRS en la vida de la sociedad mexicana y su contribución al desarrollo de la misma, han sido los principales elementos que motivaron la realización del presente Estudio, aunado a que, en años recientes –primordialmente entre 2014 y 2018-,¹ la provisión del SRS en México ha experimentado cambios tecnológicos, estructurales y regulatorios muy importantes que han cambiado las estructuras de mercado, principalmente incrementando la oferta, la competencia y la cobertura, en beneficio de las audiencias.

Lo anterior, en reconocimiento de que, tal como han señalado diversos organismos a nivel internacional, incluyendo la OCDE, los estudios e investigaciones de mercado son uno de varios pasos que se pueden tomar para garantizar que los mercados funcionen de manera efectiva,² y con ello contribuir en las labores de abogacía y fomento al desarrollo de la competencia y libre concurrencia en el sector de radiodifusión.

¹ La información contenida en el presente estudio corresponde a la comprendida entre el año 2014 y 2018 principalmente, ya que son dichos años de los que se tiene información completa y se usan de referente para evaluar la evolución del SRS. Adicionalmente, se presenta información de los años 2019 y 2020, en los casos en los que se tiene disponible

² OCDE (2013). Competition Issues in Television and Broadcasting, p. 10. Disponible en: <http://www.oecd.org/daf/competition/TV-and-broadcasting2013.pdf>

Resultados

En México, el SRS continúa siendo un medio muy importante:

- Es el medio con mayor cobertura: 96% y 93% de la población nacional, al 4T de 2018. vivía en localidades que cuentan con cobertura del SRS en AM y en FM, respectivamente.
- De 2015 a 2018 la proporción del gasto total en publicidad destinada al SRS ha aumentado de 8.6% a 8.9%, y representó un aumento de 1,420.45 millones de pesos en el periodo referido.

- Forma parte del sector radiodifusión –SRS y televisión radiodifundida–, cuyo PIB creció en 3 mil millones de pesos entre 2014 y 2018. En 2018 reportó una tasa de crecimiento de 5%, la cual es superior a la de la economía que se ubicó en 2%.



Las políticas de administración del espectro radioeléctrico para proveer el SRS han reducido las barreras a la entrada y la expansión.

- Desde **2014**, el Instituto elabora y publica el PABF, en el que se establecen las frecuencias que serán objeto de licitación o que podrán asignarse directamente. Entre 2015 y 2020, en promedio se han incluido 209 frecuencias anualmente para el SRS.

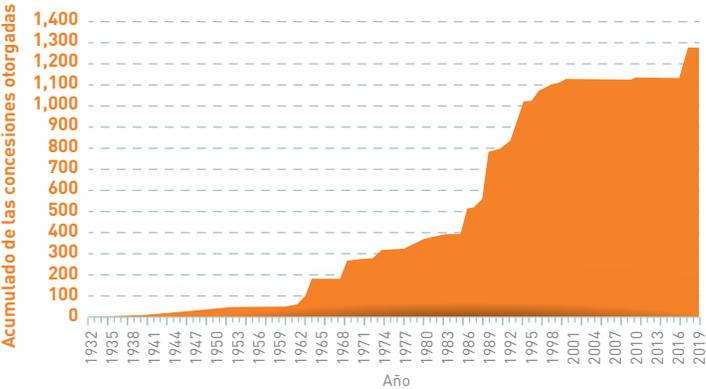
Cuadro 1. Frecuencias para el SRS en AM y FM incluidas en PABF 2015-2020

| Modalidad de Uso | Frecuencias incluidas | | | | | | | | | | | |
|------------------|-----------------------|------------|-----------|------------|-----------|-----------|------------|------------|-----------|------------|----------|------------|
| | 2015 | | 2016 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | | 2020 | |
| | AM | FM | AM | FM | AM | FM | AM | FM | AM | FM | AM | FM |
| Comercial | 66* | 191* | 11 | 42 | 30 | 27 | 29 | 77 | 11 | 55 | 5 | 48 |
| Público | 2 | 13 | 4 | 18 | 6 | 24 | 0 | 17 | 0 | 12 | 2 | 8 |
| Social | 3 | 94 | 7 | 69 | 27 | 30 | 156 | 55 | 9 | 50 | 1 | 56 |
| Total | 71 | 298 | 22 | 129 | 63 | 81 | 185 | 149 | 20 | 117 | 8 | 112 |

Fuente: Elaboración propia con información de PABF 2015-2020.
 *De estas 257 frecuencias, 141 se asignaron en la Licitación IFT-4.

- En **2015** se inició la primera licitación de frecuencias para el SRS comercial en la historia de México (Licitación IFT-4), que concluyó con la asignación de **114 Estaciones en FM y 27 en AM**. Esta licitación se realizó después de más de 20 años en los que no se hicieron asignaciones significativas de frecuencias para el SRS comercial.

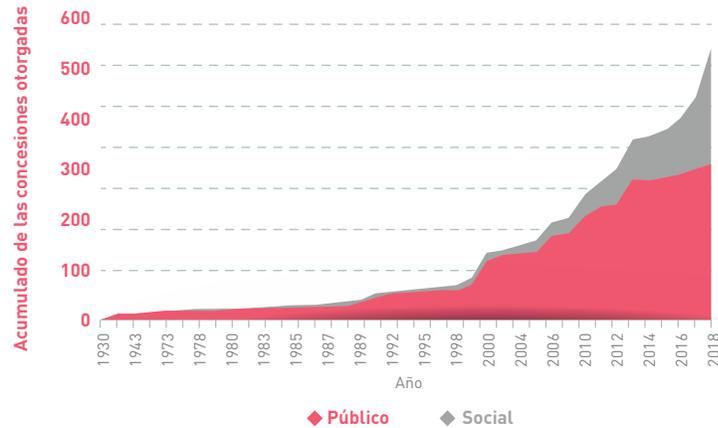
Figura 1. Evolución de la asignación de concesiones para el SRS comercial (1932-2018)



Fuente: Elaboración propia con información del RPC.

- Asimismo, en el periodo **2014-2018**, el Instituto otorgó **184 concesiones no comerciales** que permiten proveer el SRS a entidades públicas y organizaciones y asociaciones civiles, medios comunitarios e indígenas, así como instituciones de educación superior de carácter privado.

Figura 2. Evolución de la asignación de concesiones para el SRS público y social (1932-2018)



Fuente: Elaboración propia con información del RPC.

- Los programas de otorgamiento de frecuencias adicionales en FM y migración de AM a FM, han permitido que **649 frecuencias transmitan en FM**, con lo cual la población reciba beneficios en calidad y diversidad de contenidos. En 1994 se otorgaron 83 frecuencias adicionales y en 2008 y 2016 se migraron 525 y 41 estaciones, respectivamente.

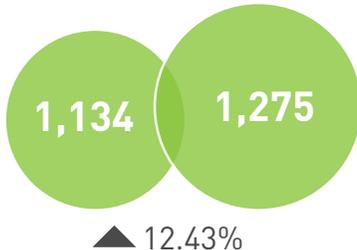


- Finalmente, se han realizado **465 operaciones en el mercado secundario** –cesiones de derechos y enajenación de acciones de concesionarios–, de las cuales 15.7% representó cambio de la titularidad de la concesión de un proveedor a otro, lo cual también ha permitido a los proveedores del SRS comercial adquirir frecuencias.

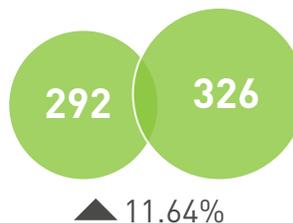
• En resumen, las políticas anteriores han permitido un incremento significativo de 2014 a 2018 en el número de estaciones del SRS (**Al 4T 2018, existen 325 concesiones del SRS más que en 2014**), permitiendo la entrada de nuevos competidores y la expansión de algunos establecidos, cuidando que no se generen concentraciones contrarias al interés público.

TOTAL: Pasó de 1,516 a 1,841 ▲ 21.43%

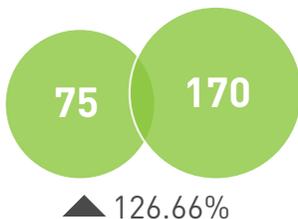
SRS Comercial:



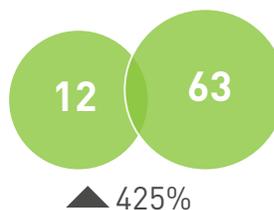
SRS Público:



SRS Social:



SRS Social comunitaria:



SRS Social indígena:

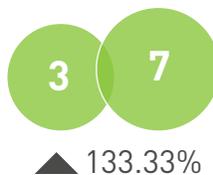
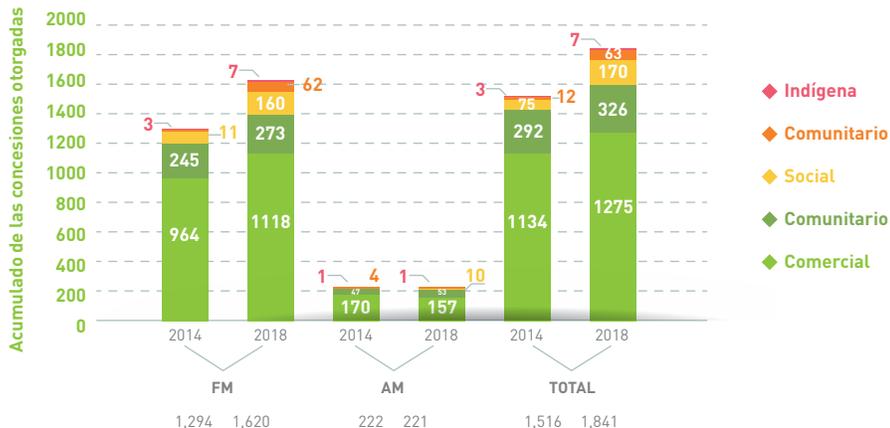


Figura 3. Concesiones por tipo de uso (2014 y 2018)



Los cambios en la provisión del SRS han beneficiado a las audiencias.

• En **40** zonas geográficas se ofreció por primera vez el SRS comercial en FM y en **22** se ofreció por primera vez el SRS comercial en AM, pues en 2014 no contaban con servicios.

Prácticamente todas las entidades federativas han incrementado el número de estaciones disponibles, destacadamente

- **40** en Michoacán
- **38** en Oaxaca
- **21** en Quintana Roo
- **20** en Veracruz
- **20** en Sonora
- **18** en Jalisco
- **18** en Chiapas

• **93** zonas geográficas en 2018 cuentan con al menos 1 estación adicional del SRS en FM a las que tenían en 2014; y **24** cuentan con al menos 1 estación adicional del SRS en AM.

En FM: Destacadamente

- **8** en Guadalajara (adicionales)
- **5** en Puebla
- **5** en Nuevo Laredo
- **4** en Monterrey
- **4** en Nogales
- **3** en Tapachula
- **3** en Guaymas
- **3** en Reynosa
- **3** en Ciudad del Carmen

En 32 zonas existen 2 adicionales; y en 52 zonas 1 estación adicional.

En AM: Destacadamente

- **2** en Piedras Negras (adicionales)
- **2** en León
- **2** en Saltillo

Y en otras 21 zonas existe 1 adicional



Elementos de competencia económica.

Proveedores del SRS comercial en 2018

• Existen alrededor de **310 proveedores distintos**; los principales proveedores son:

Radorama

183 estaciones
70.3% de población cubierta

Radio Centro

49 estaciones
49.2% de población cubierta

GTV

17 estaciones
48.6% de población cubierta

Grupo MVS

35 estaciones
41.8% de población cubierta

Grupo Fórmula

39 estaciones
51.6% de población cubierta

Grupo ACIR

56 estaciones
51.1% de población cubierta

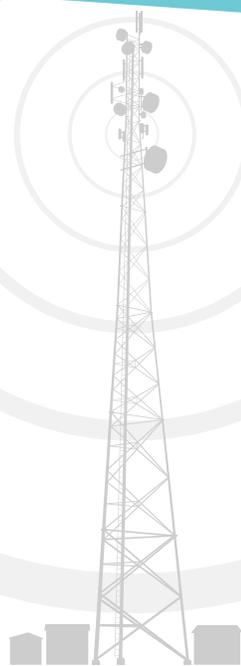
Radio Mil

9 estaciones
28.9% de población cubierta

Multimedios

44 estaciones
17.3% de población cubierta

³ La agrupación de los proveedores se construyó con base en la determinación de GIE realizada previamente en procedimientos sustanciados ante el Instituto, y en el cálculo del número de estaciones por proveedor se considera sólo aquellas en las que los integrantes tienen participación accionaria y no se incluyen aquellas estaciones identificadas en procedimientos previos como parte de un GIE debido a la celebración de algún tipo de acuerdo comercial.



Tipos de Contenidos

El 82.5% de las estaciones del SRS comercial transmiten contenidos en formato de música grupera, pop, variada y/o noticias principalmente, como se muestra en la siguiente figura; el resto de estaciones transmiten música de otros géneros.

Figura 4. Tipo de contenido que transmiten las estaciones del SRS comercial en México, 2018

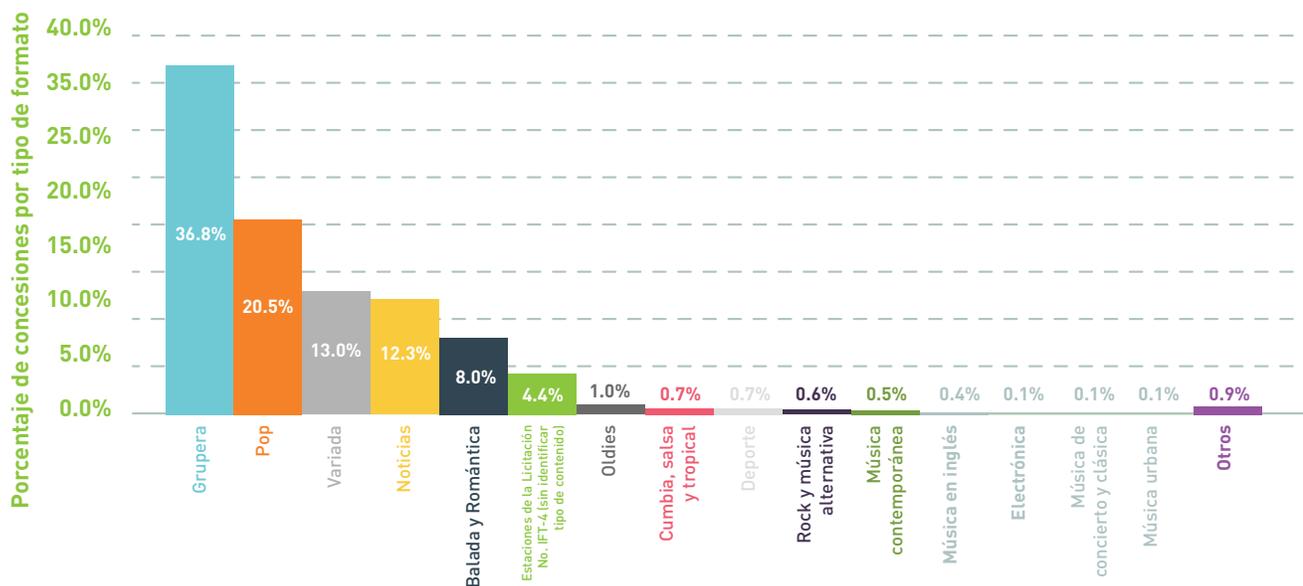
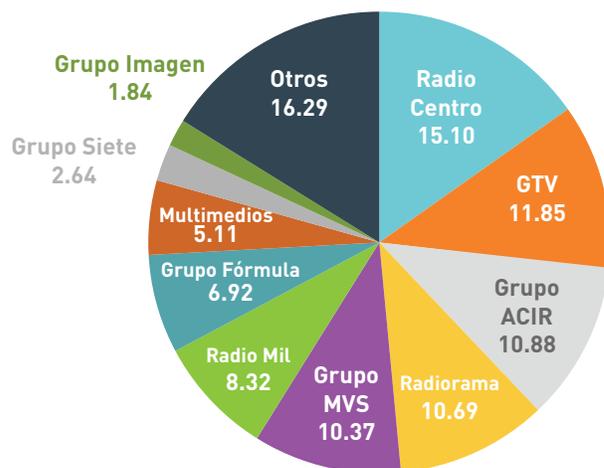


Figura 5. Participación de las marcas del SRS comercial, en términos de audiencia, 2018



Fuente: Elaboración propia con datos de INRA.

Elementos de competencia en la provisión del SRS comercial, 2018

Zonas geográficas determinadas en el presente estudio para la provisión del SRS comercial

Se identificaron 289 zonas geográficas -244 en FM y 45 en AM- en las que un conjunto común de estaciones ofrecen el SRS comercial; estas zonas solo son aproximaciones a mercados relevantes, y la finalidad de la determinación de las mismas es tener un acercamiento a las condiciones de competencia en la provisión del SRS comercial.

Niveles de concentración

El cálculo del IHH permite realizar un primer acercamiento a las condiciones de competencia en la provisión de un producto o servicio en cada una zona de las geográficas determinadas en el presente Estudio. Con este objetivo, se calculó el IHH en las zonas geográficas identificadas. De dichos cálculos se obtuvo lo siguiente:

- **En la provisión del SRS comercial en FM**, en zonas geográficas con más de 1 estación, de 2014 a 2018, **en 56 el IHH disminuyó**, en 63 se mantuvo sin cambios, mientras que en 17 aumentó. Asimismo, en 68 zonas solo existía un proveedor en ambos años.
- **En la provisión del SRS comercial en AM**, en zonas geográficas con más de 1 estación, de 2014 a 2018, **en 3 el IHH disminuyó**, en 3 se mantuvo sin cambios, mientras que en 7 aumentó (debido a la transición de AM a FM). Asimismo, en 5 zonas solo existía un proveedor en ambos años y en 2 zonas el número de estaciones se redujo a 1 (debido a la transición de AM a FM). Finalmente, en 3 zonas se dejó de ofrecer el SRS comercial AM debido a la migración de estaciones.
- **Existen 141 y 32 zonas geográficas con 1 o 2 estaciones del SRS comercial en FM y AM, respectivamente en las que se podrían licitar frecuencias.**
- **Existen 31 y 3 zonas geográficas con al menos 3 estaciones del SRS comercial en FM y AM, respectivamente, en las que existe 1 proveedor con una participación –en términos de estaciones- mayor a 40% en 2018. En estas zonas se podrían licitar frecuencias y/o evaluar condiciones de competencia con mayor profundidad.**



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES



<http://www.ift.org.mx>

*Insurgentes Sur #1143, Col. Nochebuena, Demarcación
Territorial Benito Juárez, CP 03720, Ciudad de México
Tel. 55 5015 4000 / 800 2000 120*