
Análisis de las mejores prácticas internacionales en la definición de indicadores del sector de **RADIODIFUSIÓN**



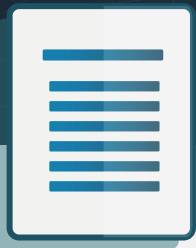


CONTENIDO

Introducción	3
El Sector de Radiodifusión en México	4
¿Cómo leer la ficha por país?	12

Alemania	16
Argentina	22
Australia	25
Brasil	29
Canadá	32
Chile	36
Colombia	41
Corea del Sur	47
Costa Rica	52
España	57
Estados Unidos	61
Francia	67
Italia	73
Japón	78
Reino Unido	82
Suiza	87
Turquía	92

Glosario	99
Referencias Bibliográficas	103



En este documento se presenta un reporte para diecisiete países en el que se identifican los indicadores con los cuales el regulador del sector de Radiodifusión, o algún otro organismo con atribuciones para generar información estadística, monitorea este sector. El objetivo es examinar y caracterizar las prácticas internacionales en la materia a fin de identificar aquellas que pudieran adaptarse al caso mexicano dado el contexto y el marco regulatorio de este sector en el país. La finalidad de este ejercicio es contar con una referencia que contribuya en un segundo momento a determinar un conjunto de indicadores oportunos para monitorear la evolución del sector de Radiodifusión en México tomando en cuenta las tendencias internacionales y las prácticas de otros reguladores.

De esta manera, los países analizados son los siguientes: Alemania, Argentina, Australia, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Corea del Sur, Costa Rica, España, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón, Reino Unido, Suiza y Turquía.

Para cada país se identificó el organismo encargado de regular el sector de Radiodifusión, así como el organismo encomendado de generar y reportar información estadística a nivel nacional. A continuación, se analizó el contexto del sector de Radiodifusión en el país, es decir, se identificaron los tipos de concesiones otorgadas, la tecnología/estándar vigente y el marco regulatorio que lo rige.

Posteriormente, para cada país se analizó la información estadística del sector de Radiodifusión que es pública, los indicadores que la integran y sus características. Para ello se identifica si esta información se presenta en reportes periódicos, documentos de análisis de única ocasión, o bien, en sistemas de información integrales. Algunos de los elementos analizados son la definición misma de los indicadores, su método de cálculo, las fuentes de información utilizadas para su elaboración y las temáticas sobre las que proporcionan información.

A fin de tener una mejor comprensión de la implementación de la práctica de cada país, también se analiza cómo ésta se lleva a cabo, en particular, si cuenta con procesos específicos de recolección, tratamiento/validación y difusión de la información.

La información de cada país se encuentra en una ficha cuya estructura y contenido se explican en la sección *¿Cómo leer la ficha por país?* En la sección que le precede se presenta un breve diagnóstico del Sector de Radiodifusión en México a fin de proporcionar al lector el contexto actual de este sector y resaltar la importancia de monitorearlo de forma regular.

Por último, cabe resaltar que este documento se realizó con base en el *Estudio de las mejores prácticas internacionales en materia de generación de indicadores del sector de Radiodifusión* realizado por la consultora Axon Partners Group Consulting S.L.U. en conjunto con Ríos Ferrer, Guillén-Llanera, Treviño y Rivera, S.C. en el año 2018 para la Coordinación General de Planeación Estratégica del Instituto Federal de Telecomunicaciones¹.



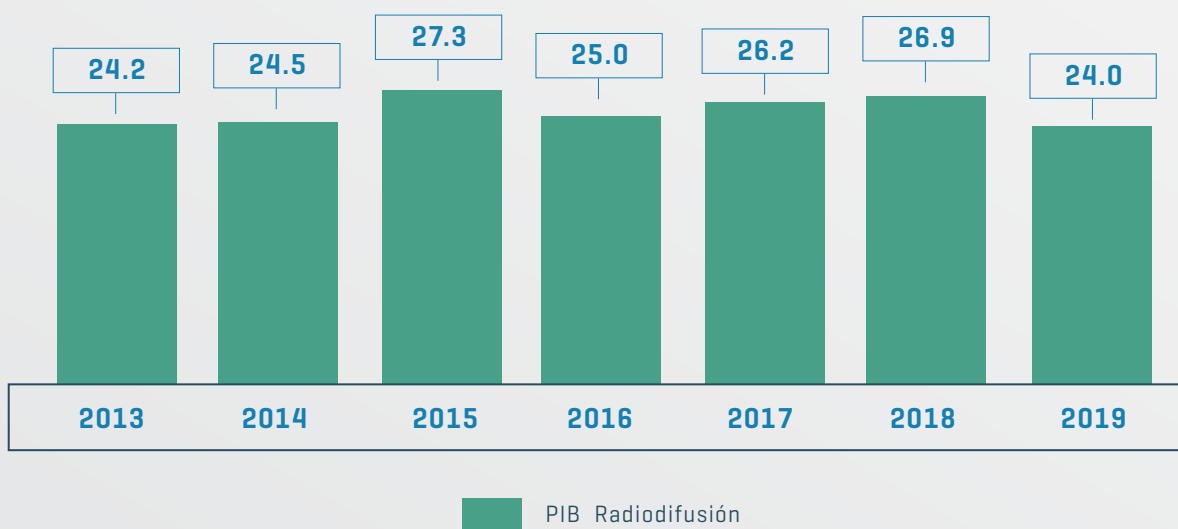
EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN EN MÉXICO

En México el sector de radiodifusión incluye el servicio de radiodifusión sonora (SRS) y el servicio de televisión radiodifundida (STR), servicios públicos de interés general de acceso gratuito para la población y, cuando tienen fines comerciales, constituyen plataformas o mercados de dos lados que conectan dos tipos de consumidores: radioescuchas/televidentes y anunciantes.

Ambos servicios de radiodifusión son muy relevantes, tanto en términos económicos como en términos de su cobertura y alcance, como se observa a continuación:

- El PIB del sector de radiodifusión se ha mantenido por encima de 24 mil millones de pesos entre 2013 y 2019, como se observa en la siguiente figura.

Figura 1. PIB del sector radiodifusión [miles de millones de pesos]



Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI.

- A pesar de la diversificación en el consumo de contenidos y espacios publicitarios en otros medios, principalmente Internet, los dos servicios de radiodifusión han logrado captar la mayor proporción de gasto en publicidad: en 2018, el SRS captó 8.8% del gasto total, mientras que el STR captó 38.5%².

² IFT (2020). Estudio de diagnóstico del Servicio de Televisión Radiodifundida en México, págs. 43 y 44. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/industria/competencia-economica/competencia-economica/estudios>



- Debido a su amplia cobertura y acceso gratuito, representan alternativas importantes para acceder a información, contenidos de audio y contenidos audiovisuales en la mayoría de las localidades del país. En 2019, 96% y 93% de la población nacional vivía en localidades con cobertura del SRS en AM y FM, respectivamente,³ mientras que 90.6% vivía en localidades con cobertura del SRT.⁴
- De acuerdo con datos de la ENCCA 2019, 95% de los hogares tienen televisión y 55% de los hogares únicamente cuenta con televisión abierta; 48% de los hogares tiene radio, estéreo o grabadora en su hogar y 42% de las personas escuchan estaciones de radio.

Por otra parte, en años recientes, la provisión del STR y del SRS en México ha experimentado cambios importantes:

- 1. Tecnológicos**, a partir de la transición a tecnologías digitales y la consecuente posibilidad de multiprogramar. En el caso del STR, la televisión digital es obligatoria desde 2015, mientras el SRS digital es voluntario y ha sido escasamente adoptado (se identifican únicamente 90 estaciones de radio transmitiendo radio digital, que representan 4.9% del total de estaciones concesionadas a nivel nacional);
- 2. Estructurales**, a partir de la entrada de nuevos participantes en el ámbito nacional y regional vía licitaciones y otorgamiento de concesiones de uso público y social, y
- 3. Regulatorios**, a partir de diversas acciones regulatorias por parte del IFT. En el caso del STR, el IFT determinó al Agente Económico Preponderante en Radiodifusión (AEPR) y le impuso un conjunto de medidas asimétricas para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia en la provisión de este servicio. En la provisión del SRS, el IFT ha autorizado diversos cambios de frecuencias de AM a FM, operaciones en el mercado secundario y modificaciones en parámetros técnicos.

Como consecuencia de lo anterior, la oferta de ambos servicios se ha incrementado y las audiencias se han beneficiado, al contar con una mayor cantidad de canales, estaciones y contenidos disponibles de manera abierta y gratuita, lo que se traduce en mayores posibilidades de acceso a información.

En este contexto, a continuación, se ofrece una breve descripción sobre: i) la evolución reciente y el estado actual de las condiciones económicas en la provisión del SRS y el STR en México, y ii) los principales efectos de las políticas de administración y asignación de espectro para ambos servicios que ha llevado a cabo el Instituto.

3 IFT (2020). Estudio de diagnóstico del Servicio de Radiodifusión Sonora en México, p. 6. Disponible en: <http://www.ift.org.mx/industria/competencia-economica/competencia-economica/estudios>

4 IFT (2020). Estudio de diagnóstico del Servicio de Televisión Radiodifundida en México, p. 8.



Servicio de Radiodifusión Sonora

El IFT ha llevado a cabo diversas acciones como parte de las políticas de administración del espectro radioeléctrico para proveer el SRS, tales como la licitación y asignación de frecuencias para distintos usos, autorización de migraciones de AM a FM y el control de operaciones en el mercado secundario. Como resultado, se han reducido las barreras a la entrada y a la expansión en este servicio y se ha beneficiado a las audiencias con una mayor oferta, permitiendo la entrada de nuevos competidores y la expansión de algunos establecidos.

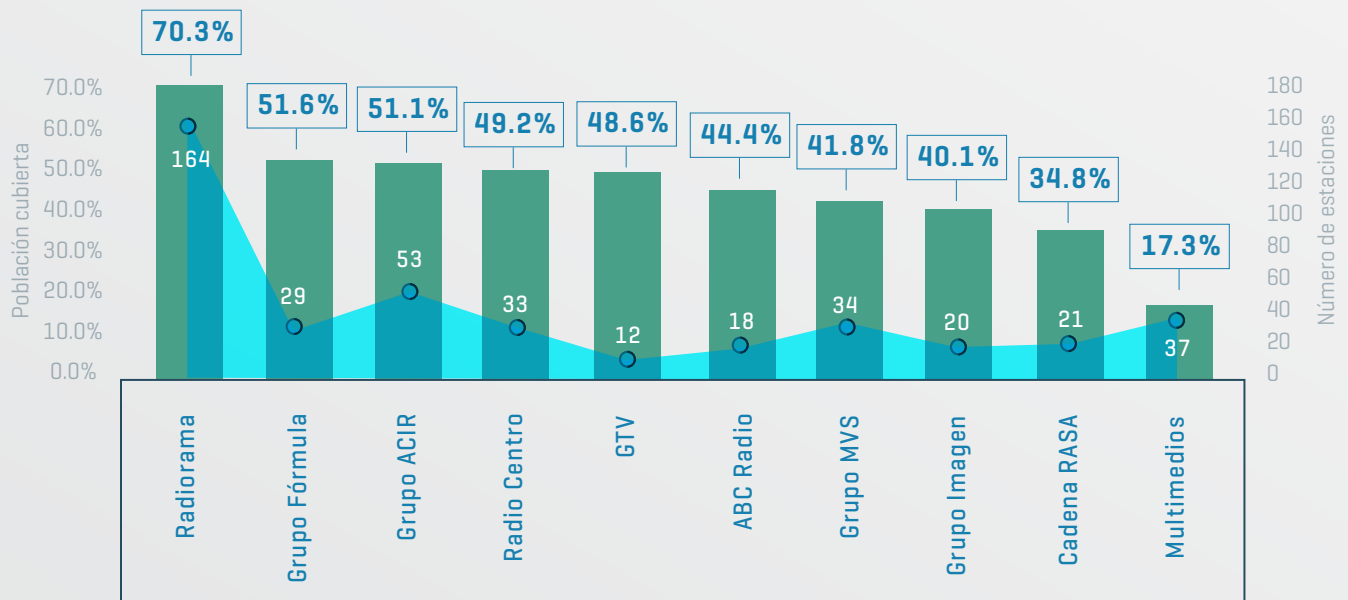
Desde 2014, el Instituto elabora y publica el Programa Anual de Uso y Aprovechamiento de Bandas de Frecuencias (PABF), el cual permite al público en general solicitar la inclusión de frecuencias en zonas geográficas de interés a efecto de que sean licitadas (uso comercial) o asignadas (uso público y social).

En 2015 se llevó a cabo la primera licitación de frecuencias FM y AM 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. Las frecuencias asignadas en la Licitación IFT-4 cubrirán potencialmente a una población de alrededor de 23 millones de personas (cerca de 21% de la población total del país).

Derivado del otorgamiento de estaciones comerciales, para 2018, 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. Asimismo, en 93 de 244 zonas geográficas identificadas para el SRS en FM y en 24 de 45 zonas geográficas identificadas para el SRS en AM, en 2018, había al menos 1 estación del SRS comercial adicional respecto a las disponibles en 2014.⁵

En cuanto a los proveedores del SRS comercial, en 2018, existían alrededor de 310. Los principales se muestran en la siguiente figura.

Figura 2. Principales proveedores del SRS comercial en México, por número de estaciones y cobertura poblacional



Fuente: Estudio de diagnóstico del Servicio de Radiodifusión Sonora en México.



Respecto al tipo de contenido, en 2018, 82.5% de las estaciones del SRS comercial en México transmitían contenidos en formato de música gruperera, pop, variada y/o noticias; el resto de estaciones transmitían música de otros géneros.

Por otra parte, en el periodo 2014-2018 el Instituto otorgó 184 concesiones no comerciales para alcanzar un total de 566 (326 públicas, 170 sociales, 63 sociales comunitarias y 7 sociales indígenas). Entre los principales concesionarios destacan:

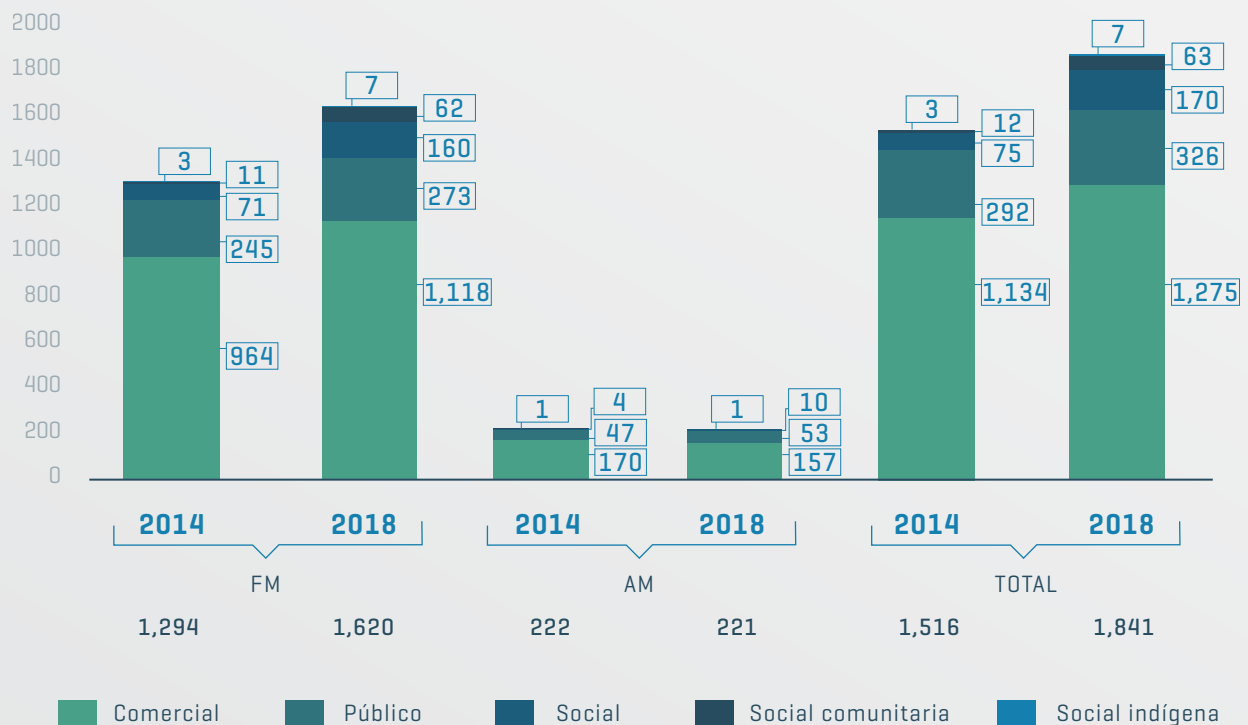
- **Público:** Gobierno de Oaxaca (33), el Instituto Nacional de Pueblos Indígenas (30) y el Gobierno de Sonora (28).
- **Social:** Fundación Cultural para la Sociedad Mexicana (11), Grupo ZER (8), Fomento Francisco de Ibarra (7), Capital Media (5) y Radio Ayuda (5).
- **Social comunitario:** 2 concesionarios tienen 2 concesiones y el resto 1 cada uno.
- **Social indígena:** todos los concesionarios tienen 1 concesión.

Como resultado de lo anterior, al cuarto trimestre de 2018, existían 325 concesiones del SRS más que en 2014, para alcanzar un total de 1,841, de las cuales 69% son de uso comercial, 18% son de uso público, 9.2% de uso social, 3.4% de uso social comunitario y 0.4% de uso social indígena.

En el periodo señalado, prácticamente todas las Entidades Federativas incrementaron el número de estaciones disponibles, destacadamente Michoacán (con 40 estaciones más), Oaxaca (38), Quintana Roo (21), Veracruz (20), Sonora (20), Jalisco (18) y Chiapas (18). En el siguiente gráfico se muestra la evolución del número de estaciones de radio en México de 2014 a 2018, por tipo de concesión.



Figura 3. Concesiones por tipo de uso en México, 2014 y 2018



Fuente: Estudio de diagnóstico del Servicio de Radiodifusión Sonora en México.

Asimismo, 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 recibe más beneficios en cuanto a calidad y diversidad de contenidos.⁶ Adicionalmente, se han realizado 465 operaciones en el mercado secundario –relacionadas con cesiones de derechos y procedimientos de enajenación de acciones– lo cual también ha permitido a los proveedores del SRS comercial adquirir frecuencias.

6 En México se han realizado 3 (tres) programas para poner a disposición de los oferentes del SRS en AM frecuencias FM: i) en 1994, se asignaron Frecuencias adicionales que facilitó a 83 (ochenta y tres) concesionarios ofrecer el SRS en FM; ii) en 2008, migrar de AM a FM a 525 (quinientas veinticinco) estaciones, y iii) en 2016, migrar de AM a FM a 41 (cuarenta y un) estaciones. IFT (2020). Estudio de diagnóstico del Servicio de Radiodifusión Sonora en México, p. 22.

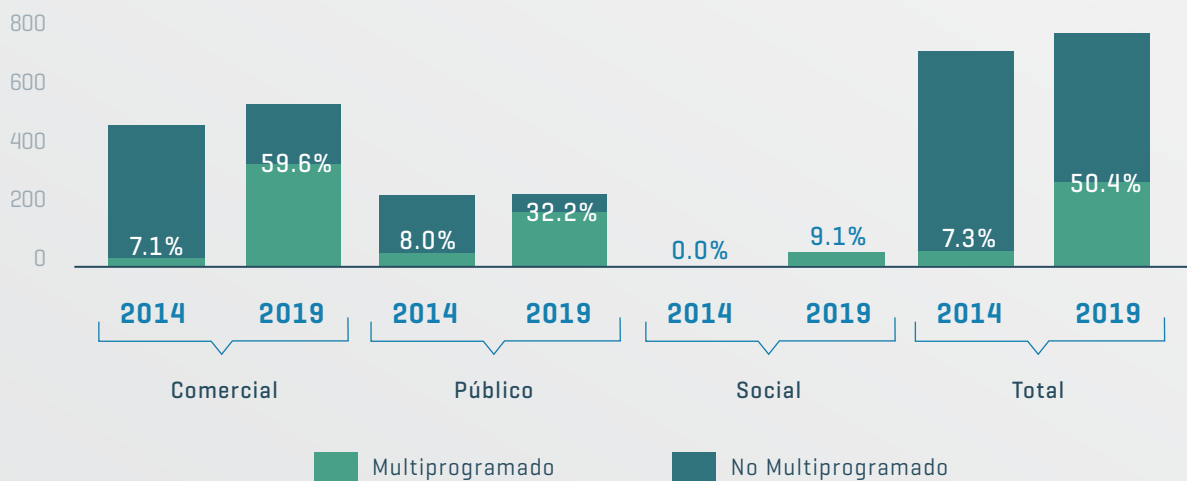


Finalmente, la licitación de frecuencias del espectro radioeléctrico y la migración de estaciones de AM a FM tuvo como efecto una disminución en la concentración de mercado medida en términos del IHH en las diversas zonas geográficas identificadas entre 2014 y 2018; no obstante, aún se identifican zonas geográficas con altos niveles de concentración o escasa oferta, por ejemplo: i) 141 zonas geográficas en las que solo hay 1 o 2 estaciones del SRS comercial en FM, ii) 32 zonas en las que solo hay 1 o 2 estaciones del SRS comercial en AM y iii) 31 zonas geográficas en FM y 3 en AM con al menos tres estaciones de radio, en las que existe algún proveedor con participación mayor a 40% en términos de estaciones.

Servicio de Televisión Radiodifundida

La transición a la TDT, realizada en 2015 y 2016, permitió reordenar y aprovechar de forma más eficiente el espectro radioeléctrico, con beneficios directos en el sector de radiodifusión, al incrementar la oferta de canales de televisión disponibles para las audiencias y expandir las posibilidades de entrada y crecimiento de los proveedores del STR, a través de la multiprogramación. Como ejemplo de ello, en 2019, 376 canales de transmisión (50.4% del total) tenían acceso a multiprogramación, mientras que en 2014 eran únicamente 50 (7.3% del total). Además, derivado de la multiprogramación, existen Canales de Programación comerciales y públicos que se transmiten únicamente como Canales de Programación Adicionales, por ejemplo, a+, Milenio TV, MVS TV, Ingenio TV y Once Niñas y Niños.

Figura 4. Canales de Transmisión en operación en los que se hace uso de la multiprogramación, por tipo de concesión [%]



Fuente: Estudio de diagnóstico del Servicio de Televisión Radiodifundida en México.



Asimismo, la asignación de concesiones para la provisión del STR por parte del Instituto mediante licitaciones de concesiones comerciales (Licitaciones IFT-1 e IFT-6) y el otorgamiento de concesiones públicas y sociales ha reducido barreras históricas a la entrada y expansión en este servicio, e incrementado la oferta en las distintas modalidades de uso.

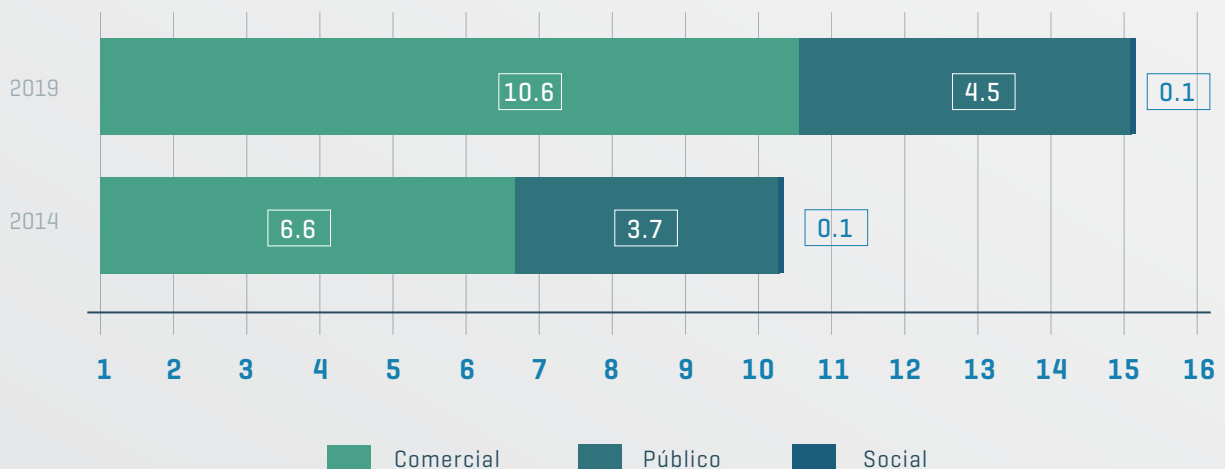
Cuadro 1. Otorgamiento de concesiones para el STR (2015-2019)

Procedimiento	Canales de transmisión concesionados
Licitación IFT-1	123
Licitación IFT-6	32
Otorgamiento de concesiones de uso público (2015-2019)	32
Otorgamiento de concesiones para uso social (2015-2019)	12

Fuente: Estudio de diagnóstico del Servicio de Televisión Radiodifundida en México.

Así, en 2019, existían 199 estaciones más que en 2014 para alcanzar un total de 885 canales de transmisión concesionados en el país (607 de uso comercial, 257 de uso público y 21 de uso social) y 1,266 canales de programación. Al respecto, destaca que entre 2014 y 2019 se incrementó el número de canales de transmisión de uso comercial de 452 a 607, el número de canales de uso público de 225 a 257 y el número de canales de uso social de 9 a 21, además de que se incrementó el número promedio de canales de programación distintos con los que la población cuenta, de 10 a 15.

Figura 5. Canales de Programación, promedio por localidad, según tipo de concesión, 2019



Fuente: Estudio de diagnóstico del Servicio de Televisión Radiodifundida en México.



En relación a lo anterior, no obstante que todas las entidades federativas tuvieron un incremento en el número de canales de programación entre 2014 y 2019, existen brechas entre ellas en cuanto al número de canales con cobertura del 50% de la población o más, pues mientras que Ciudad de México, Estado de México, Guanajuato, Jalisco y Nuevo León tienen 23 o más canales, Campeche, Chiapas, Guerrero y Oaxaca tienen 5 o menos.

En cuanto a los agentes económicos que participan en la provisión del STR, al tercer trimestre de 2019 hay 21 grupos económicos titulares de concesiones de uso comercial en el territorio nacional. Los principales son:

- AEPR- Encabezado por Grupo Televisa (249 estaciones y 86% de población cubierta)
- TV Azteca (180 estaciones y 84% de la población cubierta)
- Grupo Imagen (124 estaciones y 65% de población cubierta)
- Multimédios (14 estaciones y 43% de población cubierta)

También cabe destacar que, gracias a la asignación de nuevas concesiones comerciales, la población se ha beneficiado con una mayor disponibilidad de proveedores alternativos. Por ejemplo, en 2014, no existían localidades con más de 5 proveedores -grupos económicos- alternativos del servicio comercial y sólo 2.02% de la población nacional vivía en localidades con cobertura de 4 proveedores distintos. En contraste, en el segundo trimestre de 2019, 41.26% de la población nacional vivía en localidades con 4 o 5 proveedores distintos.

En materia de competencia, la entrada de nuevos competidores nacionales y regionales ha reducido: i) la participación de Grupo Televisa y TV Azteca, en términos de Canales de Transmisión y Canales de Programación, y ii) la concentración de mercado, medida en términos del IHH tanto a nivel nacional como municipal.

Finalmente, la asignación de canales del STR para usos público y social ha permitido que 73.4% de la población se encuentre en localidades con cobertura de alguno de estos proveedores. En particular, en el STR público existen distintos proveedores que tienen cobertura en buena parte del país, tales como Canal Once (67.5%), Canal 14 (53.5%), Canal 22 (49.9%), TV UNAM (49.9%) e Ingenio TV (41.1%).



¿CÓMO LEER LA FICHA POR PAÍS?

Para cada país analizado se presenta una ficha en la que se describe cómo se integra el sector de Radiodifusión en cada uno y los principales actores involucrados en materia de regulación, medición y publicación de información del sector. Asimismo, se presenta una descripción de la información estadística del sector de Radiodifusión identificada en fuentes públicas, los indicadores que la integran y sus principales características. Para esto, la ficha se divide en las siguientes secciones:

1. Información general del Sector de Radiodifusión. En esta sección se presenta a manera de tabla resumen la siguiente información:

- 1) Organismo regulador del sector
- 2) Tipos de concesión de Radiodifusión otorgadas
- 3) Tecnologías de Radiodifusión y esquemas de operación
- 4) Marco normativo y regulatorio del sector de Radiodifusión
- 5) Medición de audiencia y operación

2. Sobre el regulador. Presenta una descripción de las principales atribuciones del organismo encargado de la regulación del sector de Radiodifusión. En particular, de sus atribuciones para generar información estadística.

3. Información estadística. Describe la práctica o practicas realizadas en el país para generar información estadística del sector de Radiodifusión. Estas prácticas pueden ser realizadas tanto por el regulador de manera directa, como por algún otro organismo, por ejemplo, instancias públicas como la oficina de estadística nacional, o bien, empresas privadas encargadas de mediciones de audiencias u otros indicadores relevantes para la industria. Al respecto, de cada práctica se incluye una descripción de en qué consiste, desde cuándo y cómo se implementa, las fuentes de información que utiliza y su frecuencia de realización.

4. Indicadores. Presenta la lista de indicadores del sector de Radiodifusión identificados para cada país. Cada indicador se clasifica de acuerdo con el tema del que proporciona información en alguna de las siguientes coberturas temáticas y subtemas:



¿CÓMO LEER LA FICHA POR PAÍS?

Cobertura temática	Subtemas
Económica	Ingresos Gastos Ganancias Inversión Importaciones y exportaciones Participación accionaria Relación con el Producto Interno Bruto
Técnica	Tecnologías y esquemas de operación Frecuencias de espectro utilizadas Cobertura de los servicios Dispositivos de recepción Estaciones Penetración de los servicios
Contenidos	Convergencia de contenidos audiovisuales Canales y programación ofertada Pluralidad de contenidos Producción de contenidos
Publicidad	Tipos de espacios disponibles para publicidad
Audiencia	Medición de audiencias Percepción y satisfacción de la audiencia Segmentación de audiencias
Regulación	Condiciones de competencia Percepción regulatoria Quejas y reclamaciones
Recursos humanos	Empleo Perspectiva de género

Fuente: Elaboración propia.

Lo anterior a fin de contar con parámetros que permitan identificar cuáles son las temáticas más monitoreadas, o para las que se genera mayor cantidad de indicadores, y cuáles son las que tienen menor seguimiento.

Para complementar esta información, para cada indicador se especifica el documento donde dicho indicador es publicado y la información a partir de la cual se construye (origen de la información), por ejemplo, encuestas, requerimientos de información a concesionarios del sector de Radiodifusión, etc.



5. Características de los indicadores y su publicación. A fin de valorar la pertinencia de la práctica implementada por cada país y de sus respectivos indicadores como un todo, en esta sección se identifica si la práctica cumple con 13 características mínimas que se considera que son fundamentales para la conformación y consolidación en el mediano plazo de un sistema de monitoreo de cualquier naturaleza, ya sea social, económico, financiero, o en este caso, del sector de Radiodifusión. Para determinar estas características se parte de lo establecido por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2011.) acerca de lo que ese considera como un *buen indicador*.

Según este organismo, un indicador debe de cumplir con los criterios CREMA (Claro, Relevante, Económico, Monitoreable y tener Aporte marginal) que se describen a continuación:

- **Claro.** Debe de ser preciso e inequívoco. Para ello, su definición y método de cálculo deben de ser específicos de manera que no quede duda de lo que el indicador pretende medir.
- **Relevante.** Debe proporcionar información relevante sobre lo que busca monitorear.
- **Económico.** La información necesaria para generar el indicador debe de estar disponible a un costo razonable.
- **Monitoreable.** El indicador debe poder sujetarse a una verificación independiente, es decir, que otros interesados ajenos a la institución que genera el indicador pueda llegar a los mismos resultados si intentan calcular el indicador por su cuenta. Para ello, es necesario que la información con la que se construye el indicador esté claramente identificada.
- **Aporte marginal.** El indicador deberá aportar una base suficiente para evaluar el desempeño del objetivo. En el caso de que exista más de un indicador para medir el desempeño de determinado objetivo, el indicador deberá proveer información adicional en comparación con los otros indicadores propuestos.

Tomando como base los criterios CREMA mencionados se determinaron 13 características para valorar la práctica como los indicadores de cada país. Éstas se agrupan en: 1) definición y construcción de los indicadores, 2) recolección y tratamiento de la información y 3) su difusión.

1) Definición y construcción de los indicadores. Se refiere a las características que, de presentarse, facilitarían la comprensión de lo que mide el indicador y el nivel de información que aporta.

1. Definición del indicador. Entender de manera clara lo que mide cada indicador.
2. Fuente de información. Identificar las fuentes usadas para construir el indicador.



3. Método de cálculo. Identificar la fórmula matemática usada para construir el indicador.
4. Desagregación geográfica. Determinar si el indicador cuenta con desagregaciones territoriales que permitan diferenciar el desempeño de distintas regiones.
5. Desagregación temporal. Determinar la frecuencia con la que el indicador es actualizado.
6. Otro tipo de desagregación. Alguna otra además de la temporal y geográfica.

2) Recolección y tratamiento. Se refiere a las prácticas en cuanto al tratamiento y sistematización de la información usada para construir el indicador.

7. Periodicidad de recolección. Identificar cada cuánto tiempo se recolecta la información para generar el indicador.
8. Formatos/cuestionarios de recolección. Determinar si existen elementos que aseguren la homogeneidad de la información entregada por distintos actores sobre un mismo indicador.
9. Herramienta o plataforma digital para recolección de información. Determinar el nivel de sistematización con que se recolecta la información.
10. Procedimiento de revisión y validación público. Si el proceso usado para revisar y validar la información es público.

3) Difusión. Es la etapa final del indicador, se considera que no solo debe ser información pública, sino que además debe de fomentarse su uso mediante la publicación de documentos, reportes o estudios que faciliten su interpretación a los usuarios, o bien, mediante herramientas interactivas.

11. Documentos/reportes/informes/análisis. Identificar si se generan reportes y otros análisis que faciliten la comprensión de la información obtenida de los indicadores.
12. Bases de datos descargables en formato abierto. Identificar si los datos del indicador están disponibles para que los usuarios de la información puedan hacer un uso libre de estos.
13. Plataforma de visualización de datos. Identificar si se cuenta con una herramienta interactiva en línea para que los usuarios puedan acceder a los datos.



Información general del Sector de **Radiodifusión**

Regulador	<i>Die Medienanstalten (Autoridad de Medios)</i>
Tipos de concesión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Televisión radiodifundida: <ul style="list-style-type: none"> • Televisión pública • Televisión privada 2. Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • Radio pública • Radio comercial • Radio comunitaria
Tecnologías de Radiodifusión y esquemas de operación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trasmisión digital de Televisión: <ul style="list-style-type: none"> • Free to air HDTV vía satélite • DVT-T 2. Trasmisión digital de Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • DAB+
Marco normativo y regulatorio del sector de Radiodifusión	La Radiodifusión se encuentra regulada por el <i>Inter-state Agreement on Broadcasting</i> (Acuerdo interestatal de Radiodifusión). En este acuerdo se estipula la obligación de los operadores a proveer la información a las autoridades competentes de cada estado.
Medición de audiencia y operación	La medición y publicación de resultados de audiencias la realiza la Autoridad de Medios, quien publica el <i>Vielfaltsbericht der Medienanstalten</i> (Informe de diversidad).

Sobre el **regulador**

La Autoridad de Medios agrupa a las 14 autoridades de medios estatales y es el responsable de asignar las concesiones, supervisar las operaciones de las emisoras de radiodifusión sonora y televisión, verificar el cumplimiento de las normas y disposiciones publicitarias sobre protección a la juventud, así como de apoyar la introducción de nuevas tecnologías de transmisión. Además, es el encargado de recopilar información del sector de Radiodifusión con la que publica informes anuales que permiten a la autoridad cumplir con sus funciones y, contar con información para la planeación de los siguientes pasos regulatorios y técnicos respecto de los servicios de radio y televisión.



Información estadística

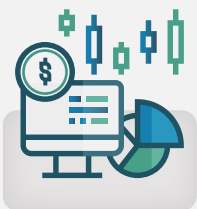
Se identificaron tres fuentes públicas con información estadística sobre el sector de Radiodifusión a cargo del regulador:



- *Digitalisierungsbericht Video 2020* (Informe de digitalización de video 2020): Contiene información relacionada con los servicios digitales de video⁷.
- *Digitalisierungsbericht Audio 2020* (Informe de digitalización de audio 2020): Documento enfocado a los servicios digitales de audio, contempla tanto la radio convencional como los servicios de streaming. En Alemania, el estándar digital de radio que ha sido adoptado y apoyado por los radiodifusores es el estándar DAB+, por lo que el informe incluye información de radio analógica FM y de radio digital.
- *Vielfaltsbericht der Medienanstalten 2020 (Informe de diversidad 2020)*: En éste se integran los resultados obtenidos en el estudio de ponderación de medios y los datos obtenidos en las labores de monitoreo de la Autoridad de medios. Este informe aporta información relacionada con las tendencias y comportamientos del consumo de medios de comunicación, entre los cuales se encuentran la radio y la televisión.

Indicadores

Los informes mencionados contienen indicadores de las siguientes temáticas:



Cobertura temática	Número de indicadores
Técnica	19
Audiencia	22

⁷ Desde el año 2005 y hasta el año 2017, el regulador realizó la publicación del informe de digitalización; sin embargo, desde el año 2018, dividió dicho informe en dos, publicando un documento con información de los servicios de video y otro para los servicios de audio.



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Informe de digitalización de video 2020	Técnica	Tecnologías y esquemas de operación	<ul style="list-style-type: none"> Evolución anual porcentual de la distribución de medios de transmisión para televisión Porcentaje de recepción de canales en HD Porcentaje de penetración de uso de televisión lineal vs televisión no lineal (contenidos bajo demanda) desagregados por rango de edad (14-29 años, 30-49 años, 50+ años) 	<p>Instituciones del sector de Radiodifusión orientadas a la investigación y provisión de servicios: Kantar TNS Media Research Media Broadcast SES/Astra Sky, Unitymedia Vodafone</p> <p>Encuestas a 7,501 usuarios.</p>
		Dispositivos de recepción	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de uso de televisión y <i>smartphone</i> por rango de edad (14-19 años, 20-29 años, 30-39 años, 40-49 años, 50-59 años, 60-69 años, 70+ años) Principal dispositivo de recepción de televisión desagregado por edad (14-29 años, 30-49 años, 50+ años) 	
		Penetración de servicios	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de hogares que cuenta con pantallas Ultra HD / 4K Porcentaje de hogares que cuenta con televisión Ultra HD Porcentaje de hogares que tienen recepción de televisión HD Porcentaje de hogares que tienen medio de recepción de TV analógica Porcentaje de hogares que tienen medio de recepción de TV digital Porcentaje de hogares que tienen medio de recepción TV HD Porcentaje de hogares que cuentan con televisión analógica y digital 	
	Audiencia	Percepción y satisfacción de la audiencia	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de credibilidad (totalmente en desacuerdo, parcialmente en desacuerdo, parcialmente de acuerdo, totalmente de acuerdo) de la información de medios sociales vs medios tradicionales desagregados por edad (14-29 años, 30-49 años, 50+) Porcentaje de credibilidad (totalmente en desacuerdo, parcialmente en desacuerdo, parcialmente de acuerdo, totalmente de acuerdo) de la información de medios sociales vs medios tradicionales desagregados por género Porcentaje de credibilidad (totalmente en desacuerdo, parcialmente en desacuerdo, parcialmente de acuerdo, totalmente de acuerdo) de la información de medios sociales vs medios tradicionales desagregados por nivel educativo (bajo, intermedio o alto) Porcentaje de credibilidad (totalmente en desacuerdo, parcialmente en desacuerdo, parcialmente de acuerdo, totalmente de acuerdo) de la información de medios sociales vs medios tradicionales 	
			Medición de audiencias	



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Informe de digitalización de audio 2020	Técnica	Tecnologías y esquemas de operación	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de uso de radio tradicional vs radio online desagregado por rango de edad (14-29 años, 30-49 años, 50+ años) ▶ Porcentaje de uso de los medios de recepción de audio por persona (VHF analógica, DAB+, IP, Cable o satélite) ▶ Porcentaje del principal medio de recepción de audio en automóvil (radio convencional, <i>streaming</i>, medios grabados (mp3, CD, etc.), Internet, bajo demanda y audiolibros) desagregados por rango de edad (14-29 años, 30-49 años, 50+ años) ▶ Porcentaje del principal medio de recepción de audio en hogar (VHF analógica, DAB+, IP, Cable o satélite) ▶ Porcentaje del principal medio de recepción de audio (VHF analógica, DAB+, IP, Cable, satélite) 	<p>Encuestas y entrevistas a hogares y usuarios</p> <p>Instituciones del sector de Radiodifusión:</p> <p>Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland' (ARD)</p> <p>Deutschland radio</p> <p>Media Broadcast</p> <p>Vodafone</p> <p>Entrevistas y encuestas: 7,850 usuarios</p>
		Cobertura de servicios	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de penetración de DAB+ por división política 	
		Dispositivos de recepción	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de dispositivos DAB+ en hogares vs automóviles 	
Informe de diversidad 2020	Audiencia	Medición de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de minutos diarios de consumo de medios de acceso a información local/regional (televisión, radio, internet, prensa, revistas) ▶ Porcentaje de consumo de cada medio (televisión, radio, internet, prensa, revistas) ▶ Número de minutos diarios de consumo de medios de acceso a información global (televisión, radio, internet, prensa, revistas) ▶ Porcentaje de acceso a noticias por medio (televisión, radio, internet, prensa, revistas) ▶ Porcentaje de acceso a noticias por medio (televisión, radio, internet, prensa, revistas) a nivel local/regional ▶ Peso porcentual de acceso a noticias por medio (televisión, radio, internet, prensa, revistas) a nivel local/regional ▶ Porcentaje de acceso a la información por cada medio (televisión, radio, internet, prensa, revistas) 	<p>Encuestas y entrevistas a hogares y usuarios</p> <p>Estudio de ponderación de los medios realizado por Kantar TNS con entrevistas a 2,999 personas</p>
		Percepción y satisfacción de la audiencia	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de percepción del servicio/importancia del medio por cada medio (televisión, radio, internet, prensa, revistas) ▶ Evolución porcentual interanual del peso de los medios (televisión, radio, internet, prensa, revistas) 	
		Medición de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 5 principales medios para acceso a información para cada una de las tipologías 	



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Informe de diversidad 2020	Audiencia	Percepción y satisfacción de la audiencia	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de importancia de los medios (televisión, radio, internet, prensa, revistas) por rango de edad (14-29 años, 30-49 años, 50+ años) ▶ 15 principales cadenas de comunicación para acceder a información de manera global ▶ 15 principales cadenas de comunicación para el acceso a información de manera global para edades entre 14 y 29 años ▶ 30 principales medios de opinión de manera global ▶ 30 principales medios de opinión de manera global para edades entre 14 y 29 años 	<p>Encuestas y entrevistas a hogares y usuarios</p> <p>Estudio de ponderación de los medios realizado por Kantar TNS con entrevistas a 2,999 personas</p>
		Segmentación poblacional de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Peso porcentual de acceso a noticias por medio (televisión, radio, internet, prensa, revistas) a nivel local/regional desagregado por rango de edad (14-29 años, 30-49 años, 50+ años) ▶ Porcentaje de acceso a la información por cada medio (televisión, radio, internet, prensa, revistas) desagregados por rango de edad (14-29 años, 30-49 años, 50+ años) 	



Características de los **indicadores** y su publicación



Definición de indicadores	Sí	No	Especificaciones
Definición del indicador	✓		La definición está implícita en el nombre del indicador, pero no se identificó un instrumento donde se explique su definición de forma específica.
Fuente de información	✓		Empresas del sector de Radiodifusión y encuestadoras.
Método de cálculo	✓		Se menciona una breve descripción del método de cálculo en reportes publicados.
Desagregación geográfica	✓		Nacional, regional/local para algunos indicadores.
Desagregación temporal	✓		Anual.
Otro tipo de desagregación	✓		Por edad, nivel educativo, sexo y por dispositivos para algunos indicadores.
Recolección y tratamiento			
Periodicidad de recolección	✓		Anual.
Formatos/cuestionarios de recolección		✗	
Herramienta o plataforma digital para recolección de información		✗	
Procedimiento de revisión y validación público		✗	
Difusión			
Documentos/reportes/informes/análisis	✓		Se publican reportes anualmente en PDF.
Bases de datos descargables en formato abierto		✗	
Plataforma de visualización de datos		✗	



Información general del Sector de **Radiodifusión**

Regulador	Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM)
Tipos de concesión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Televisión radiodifundida y Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • Estatales • Privadas con fines de lucro • Privadas sin fines de lucro
Tecnologías de Radiodifusión y esquemas de operación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trasmisión digital de Televisión: <ul style="list-style-type: none"> • ISDB-Tb 2. Trasmisión digital de Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • IBOC
Marco normativo y regulatorio del sector de Radiodifusión	La Radiodifusión en Argentina se encuentra regulada a través de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Visual.
Medición de audiencia y operación	En Argentina la medición de audiencias no se encuentra regulada.

Sobre el **regulador**

El ENACOM es un ente autónomo y descentralizado cuyo objetivo es conducir el proceso de convergencia tecnológica y crear condiciones estables de mercado para garantizar el acceso a los servicios de internet, telefonía fija y móvil, radio, postales y televisión (ENACOM, 2020).

Este organismo fue creado en diciembre del 2015 mediante del Decreto 267 en el cual se establece su rol como regulador de las comunicaciones con el fin de asegurar que todos los usuarios del país cuenten con servicios de calidad (ENACOM, 2020).



Información estadística



En Argentina se pudo identificar que el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) realizó hasta 2015 la Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la información y la Comunicación (ENTIC), con la que recopiló información sobre el acceso a los diferentes medios de información y comunicaciones en los hogares argentinos, entre los cuales se encuentran los medios del sector de Radiodifusión.

A partir del año 2017 la INDEC decidió incluir dentro de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) aquellas preguntas que antes se realizaban de manera independiente en la ENTIC, además, se identificó que a partir de la versión 2017 se retiraron de la EPH los indicadores relacionados al sector de Radiodifusión, por lo que en la práctica no se encuentra vigente.

Dentro del reporte emitido por la INDEC, se menciona que la recopilación de la información se llevaba a cabo a partir de una encuesta, la cual no es pública. El reporte se encuentra disponible en la página web del INDEC en formato PDF.

Indicadores

Se identificó que el informe mencionado contiene indicadores de la siguiente temática:



Cobertura temática	Número de indicadores
Técnica	2

Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la información y la Comunicación (ENTIC) 2015	Técnica	Penetración de servicios	Porcentaje de hogares con disponibilidad de TV	Encuesta
			Porcentaje de hogares con disponibilidad de radio	



Características de los **indicadores** y su publicación



Definición de indicadores	Sí	No	Especificaciones
Definición del indicador	✓		La definición está implícita en el nombre del indicador, pero no se identificó un instrumento donde se explique su definición de forma específica.
Fuente de información	✓		Encuestas o cuestionarios aplicadas en hogares.
Método de cálculo	✓		Breve descripción del método de cálculo en el reporte publicado.
Desagregación geográfica	✓		Se desagrega por centros urbanos.
Desagregación temporal		✗	La práctica se realizó en 2011 y 2015; sin embargo, en la versión más reciente del año 2017 la encuesta no contempló indicadores del sector de Radiodifusión.
Otro tipo de desagregación		✗	
Recolección y tratamiento			
Periodicidad de recolección		✗	
Formatos/cuestionarios de recolección		✗	
Herramienta o plataforma digital para recolección de información		✗	
Procedimiento de revisión y validación público		✗	
Difusión			
Documentos/reportes/informes/análisis	✓		Los resultados de la encuesta se publican en el sitio web del INDEC en formato PDF.
Bases de datos descargables en formato abierto	✓		Los resultados de la encuesta se publican en el sitio web del INDEC en formato TXT.
Plataforma de visualización de datos		✗	



Información general del Sector de **Radiodifusión**

Regulador	Australian Communications and Media Authority, ACMA (Autoridad Australiana de Comunicaciones y Medios)
Tipos de concesión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estación de servicio radiodifundido 2. Estación de servicio de difusión restringido 3. Estación de servicio de área restringida 4. Estación de servicio doméstico de alta frecuencia 5. Estación de servicio en el extranjero de alta frecuencia 6. Estación de servicio en el extranjero de alta frecuencia, tipo IBL
Tecnologías de Radiodifusión y esquemas de operación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transmisión digital de Televisión: <ul style="list-style-type: none"> • DVB-T 2. Transmisión digital de Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • DAB+ 3. Transmisión analógica de Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • AM • FM
Marco normativo y regulatorio del sector de Radiodifusión	La Radiodifusión se encuentra regulada por la Ley de Servicios de Radiodifusión de 1992. En esta normativa se establece que la ACMA debe de elaborar un reporte del estado del sector de Radiodifusión, por lo que solicita información a la industria.
Medición de audiencia y operación	La medición de audiencias la lleva a cabo ACMA, bajo la normativa de la Ley de Servicios de Radiodifusión de 1992.

Sobre el **regulador**

La ACMA es el organismo encargado de regular las telecomunicaciones y los medios de comunicación mediante el establecimiento y la administración de reglas sobre el mercado y los servicios de comunicación, entre los que se encuentran: el internet, el teléfono, la televisión, la radio y el espectro radioeléctrico. Además, es el encargado de otorgar concesiones, así como de investigar las quejas y los problemas de estos sectores.

La ACMA recopila información del sector con encuestas y cuestionarios a usuarios vía telefónica, correo postal o correo electrónico; también solicita información a los miembros de la industria y en ocasiones utiliza información de terceros para monitorear el sector.

Información estadística

Se identificaron dos fuentes públicas con información estadística sobre el sector de Radiodifusión:



- *Communications Report* (Reporte de comunicaciones): documento anual publicado desde 2013 y elaborado por el regulador con información de los sectores de telecomunicaciones y Radiodifusión. Este reporte se realiza con diversas fuentes de información como bases de datos propias, información de la oficina de estadística nacional, entre otras.
- *Economic Activity Survey, EAS* (Encuesta de Actividades Económicas): es una encuesta realizada por *Australian Bureau of Statistics, ABS* (Oficina de estadística Australiana) con el fin de recopilar información financiera de diversas industrias, entre ellas, la de medios y telecomunicaciones.⁸

Indicadores

Se identificó que los informes anteriormente mencionados contienen indicadores de las siguientes temáticas:



Cobertura temática	Número de indicadores
Económica	4
Técnica	2
Audiencia	2
Contenidos	2
Regulación	2

⁸ La encuesta se realizó para el periodo 2013-2014 como parte de un programa rotativo de industrias, recopilando información adicional de empresas australianas clasificadas en la división de Medios de Información y Telecomunicaciones (IMT).



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Encuesta de Actividades Económicas (EAS) por la ABS	Económica	Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> Total de ingresos del sector de Radiodifusión Ventas totales del sector de Radiodifusión (por operador, por servicio) 	Cuestionarios a empresas del sector
		Gastos	<ul style="list-style-type: none"> Gastos CAPEX del sector de Radiodifusión Gastos operativos del sector de Radiodifusión 	
Reporte de comunicaciones, emitido por la ACMA	Técnica	Estaciones	<ul style="list-style-type: none"> Número de licencias o concesiones vigentes para cada segmento (radio y televisión) Número de licencias o concesiones vigentes de radio comunitaria 	Bases de datos propias
	Audiencia	Medición de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> Promedio de horas de escucha de radio semanales para cada tipo de radio (AM, FM, DAB+) Promedio semanal de audiencia de TDT desagregado por región y por las 5 ciudades principales 	Fuentes externas (p.ej. empresas de medición de audiencia)
	Contenidos	Canales y programación ofertada	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de los tipos de contenidos que provocan preocupación al audio escucha Porcentaje de los tipos de contenidos que provocan preocupación a los televidentes 	Encuestas y entrevistas a hogares y usuarios
	Regulación	Condiciones competitivas del mercado	<ul style="list-style-type: none"> Número de concesiones por tipo y por grupo accionario Número de concesiones por grupo accionario 	Bases de datos propias

Características de los **indicadores** y su publicación



Definición de indicadores	Sí	No	Especificaciones
Definición del indicador	✓		La definición está implícita en el nombre del indicador, pero no se identificó un instrumento donde se explique su definición de forma específica.
Fuente de información	✓		Encuestas realizadas por entrevistas telefónicas asistidas y a través de internet. Bases de datos internas y otras fuentes.
Método de cálculo	✓		Dentro de los reportes emitidos se incluye una sección en la que se realiza una descripción breve de la metodología.
Desagregación geográfica	✓		Nacional.
Desagregación temporal	✓		Anual, algunos indicadores se encuentran disponibles desde 2008.
Otro tipo de desagregación	✓		Por operador y por servicio para algunos indicadores.
Recolección y tratamiento			
Periodicidad de recolección	✓		La información se recopila anualmente por la ACMA.
Formatos/cuestionarios de recolección		✗	
Herramienta o plataforma digital para recolección de información	✓		La ACMA utiliza la plataforma <i>Life in Australia Panel del Social Research Center</i> para recolectar información de las encuestas en formato online.
Procedimiento de revisión y validación público		✗	La ABS realiza los procedimientos habituales de los levantamientos de datos como lo son los cuestionarios piloto.
Difusión			
Documentos/reportes/informes/análisis	✓		Se publican reportes anualmente en PDF.
Bases de datos descargables en formato abierto	✓		Se pueden descargar la información de los PDF en formato XLS.
Plataforma de visualización de datos		✗	



Información general del Sector de **Radiodifusión**

Regulador	<p>Agencia Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL)</p> <p>Ministerio de Ciencia, Tecnología, Innovación y Comunicación (MCTIC)</p>
Tipos de concesión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Televisión radiodifundida: <ul style="list-style-type: none"> • Televisión por onda radioeléctrica 2. Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • Radio nacional o regional • Radiodifusión de sonidos e imágenes
Tecnologías de Radiodifusión y esquemas de operación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trasmisión digital de Televisión: <ul style="list-style-type: none"> • ISDB-Tb 2. Trasmisión digital de Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • IBOC
Marco normativo y regulatorio del sector de Radiodifusión	<p>Las telecomunicaciones y la Radiodifusión en Brasil se encuentran reguladas bajo la Ley No. 9472.</p>
Medición de audiencia y operación	<p>En Brasil la medición de audiencias no se encuentra regulada.</p>

Sobre el **regulador**

El sector de Radiodifusión se encuentra regulado de manera conjunta por la ANATEL y el MCTIC. Además, el encargado del monitoreo de diversos indicadores económicos, sociales y demográficos del país es el 'Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística' (Instituto Brasileño de Geografía y Estadística, IBGE).



Información estadística

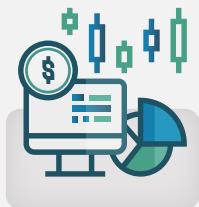
Se identificaron dos fuentes públicas con información estadística sobre el sector de Radiodifusión:



- *La Encuesta Nacional de Muestra a Hogares:* esta encuesta es realizada por el IBGE a la población que habita en hogares particulares con el objeto de recabar información de diferente índole, entre ella, la radiodifusión. Dicha información se recaba con una periodicidad mensual a nivel nacional y con una segmentación geográfica a nivel municipal. Para el caso puntual del sector de Telecomunicaciones y Radiodifusión, dentro del cuarto trimestre de cada año se realiza una encuesta adicional que proporciona información respecto al acceso a la televisión, internet y telefonía celular.
- *Página de datos abiertos de Brasil:* el gobierno de Brasil ha puesto a disposición del público en general información proveniente de diversos organismos públicos y de diferentes tópicos, entre los que se encuentra la base de datos 'Dados do Setor de Comunicações' (Datos del Sector de Comunicaciones, DSCOM) cuyos datos son proveídos por ANATEL y MCTIC y están relacionados con la tenencia de espectro radioeléctrico y la operación de estaciones transmisoras de radio AM, FM y televisión abierta.

Indicadores

Se identificó que las fuentes mencionadas contienen indicadores de las la siguiente temática:



Cobertura temática	Número de indicadores
Técnica	9

Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Encuesta Nacional de Muestra de Hogares del IBGE	Técnica	Dispositivos de recepción	Número de televisores por hogar	Encuestas y entrevistas a hogares
		Penetración de servicios	Número de hogares por tipo de televisor	
	Número de hogares con televisión			
			Número de viviendas con convertidor analógico - digital	
Página de datos abiertos de Brasil	Técnica	Estaciones	Número de emisoras de FM por tipo de concesión	Bases de datos de ANATEL y el MCTIC
			Número de emisoras de AM por tipo de concesión	
			Número de emisoras de TV analógica por tipo de concesión	
			Número de emisoras de TV digital por tipo de concesión	
			Número de canales de TV digital asignados	



Características de los **indicadores** y su publicación



Definición de indicadores	Sí	No	Especificaciones
Definición del indicador	✓		La definición está implícita en el nombre del indicador, pero no se identificó un instrumento donde se explique su definición de forma específica.
Fuente de información	✓		Encuestas personales asistidas por computadora. Bases de datos de ANATEL y MCTIC.
Método de cálculo	✓		Dentro del portal de Internet del IBGE existe una sección de <i>Conceptos y Metodología</i> donde se describe el proceso que se llevó a cabo para la Encuesta Nacional de Muestra a Hogares.
Desagregación geográfica	✓		Nacional, y municipal para algunos indicadores.
Desagregación temporal	✓		Anual.
Otro tipo de desagregación	✓		Por tipo de concesión.
Recolección y tratamiento			
Periodicidad de recolección	✓		La información se recopila anualmente.
Formatos/cuestionarios de recolección	✓		Dentro del portal de Internet de la IBGE se encuentran disponibles los formatos de las encuestas realizadas, así como un manual para el entrevistador.
Herramienta o plataforma digital para recolección de información	✓		La encuesta se realiza con asistencia de computadora por lo que la información es almacenada en bases de datos de la IBGE.
Procedimiento de revisión y validación público		✗	
Difusión			
Documentos/reportes/informes/análisis	✓		La información se publica en el portal de la IBGE en diferentes formatos: reporte en PDF, descargas de información en formato Excel y en graficadores del portal web de IBGE.
Bases de datos descargables en formato abierto	✓		Dentro del portal de internet de la IBGE se encuentra disponible una funcionalidad para descargar los microdatos en Excel y en formato abierto.
Plataforma de visualización de datos		✗	

Información general del Sector de **Radiodifusión**

Regulador	<p><i>Canadian Radio-television and Telecommunications Commission CRTC (Comisión Canadiense de Radio-televisión y telecomunicaciones)</i></p> <p><i>En temas de asignación de frecuencias y espectro el responsable es el Innovation, Science, and Economic Development Canada ISED (Innovación, Ciencia, y Desarrollo Económico Canadá)</i></p>
Tipos de concesión	No se identificaron los tipos de concesión para Televisión radiodifundida y Radiodifusión sonora.
Tecnologías de Radiodifusión y esquemas de operación	<ol style="list-style-type: none"> Trasmisión digital de Televisión: <ul style="list-style-type: none"> • ATSC Trasmisión digital de Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • IBOC
Marco normativo y regulatorio del sector de Radiodifusión	<p>El sector de Radiodifusión se encuentra regulado bajo la <i>Broadcasting Act</i> (Ley de Radiodifusión).</p> <p>Los contenidos transmitidos en televisión radiodifundida y radiodifusión sonora son regulados por la CRTC.</p>
Medición de audiencia y operación	La medición de audiencias es regulada por la CRTC, sin embargo, no interviene en el contenido de los programas de radio ni televisión.

Sobre el **regulador**

La CRTC es el tribunal administrativo a cargo de regular y supervisar la Radiodifusión y las Telecomunicaciones en Canadá. Para ello se encarga de administrar el otorgamiento de las concesiones de estos servicios, además de la promoción del cumplimiento de la regulación en la materia, las decisiones relacionadas con fusiones, adquisiciones y cambios de propietario en el sector de Radiodifusión, la aprobación de tarifas y algunos acuerdos para el sector de telecomunicaciones, promover la competencia y generar información de los sectores que regula (CRTC, 2020).

Información **estadística**

La CRTC publica anualmente los resúmenes estadísticos y financieros de radio y televisión, los cuales contienen información provista directamente por cada concesionario.

Por su parte, la *Statistics Canada* (Oficina de estadística nacional de Canadá), regida bajo la *Statistics Act* (Ley de Estadística), realiza encuestas de carácter obligatorio y otras encuestas voluntarias, siendo ésta la encargada de definir dicho carácter justificando la importancia y el impacto de la información recopilada.

La CRTC ha establecido requerimientos de información que los regulados tienen que cumplir de manera periódica. Dicha información es utilizada como insumo para la emisión del Reporte de monitoreo del sector de Comunicaciones y es recolectada mediante el sistema web *Data Collection System* (Sistema de Recolección de datos, DCS).

Se identificaron dos fuentes públicas con información estadística sobre el sector de Radiodifusión a cargo del regulador:



- *Resúmenes estadísticos y financieros emitidos por la CRTC*: la CRTC utiliza información proveniente de otras dependencias como la ISED, los reportes financieros de las empresas, así como la información de las bases de datos técnicas y administrativas que el regulador gestiona para emitir los resúmenes estadísticos y financieros de los servicios de radio y televisión.
- *Communications Monitoring Report* (Reporte de Monitoreo del sector de Comunicaciones): en conjunto, la CRTC y la *Statistics Canada*, emiten el Reporte de Monitoreo del sector de Comunicaciones de forma anual en el cual se muestra la evolución del sector de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

Indicadores

Se identificó que los informes mencionados contienen indicadores de las siguientes temáticas:



Cobertura temática	Número de indicadores
Económica	12
Técnica	3
Contenidos	1
Audiencia	7
Regulación	4

Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Resúmenes estadísticos y financieros de la CRTC	Económica	Ingresos	▶ Ingresos totales por servicio (AM, FM y Televisión)	Información recolectada de los regulados y de otras dependencias
		Gastos	▶ Gastos totales de personal por servicio (AM, FM y Televisión)	
			▶ Gastos totales por servicio (AM, FM y Televisión)	
		Gastos totales por programación y producción de contenidos por servicio (AM, FM y Televisión)		
		Ganancias	▶ Ganancias totales por servicio (AM, FM y Televisión)	

Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Reporte de monitoreo de comunicaciones de la CRTC y Statistics Canada	Económica	Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> Total de ingresos del sector de Radiodifusión Total de ingresos del segmento de televisión radiodifundida por tipo de servicio (privado y público) Total de ingresos por publicidad en televisión Ingresos totales por tipo de servicio (AM, FM, Televisión) Ingresos totales por idioma y por servicio de Radiodifusión sonora (AM y FM) Ingresos de los principales grupos de accionistas de radiodifusoras sonoras 	Cuestionarios y requerimientos de información a los regulados
		Gastos	<ul style="list-style-type: none"> Gastos totales por tipo de contenido 	
	Técnica	Estaciones	<ul style="list-style-type: none"> Número de concesionarios que operan en más de un servicio (radio, televisión radiodifundida, televisión restringida, radio y televisión por internet) Número de licencias o concesiones vigentes para cada uno de los servicios de Radiodifusión sonora Número de licencias o concesiones vigentes por servicio de televisión radiodifundida 	
	Contenidos	Canales y programación ofertada	<ul style="list-style-type: none"> Distribución porcentual del mercado y número de estaciones por tipo de contenido 	
	Audiencia	Medición de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> Horas promedio semanales de visualización de televisión por lenguaje, origen y categoría de contenido Horas promedio semanales de escucha de radio por persona Millones de horas y cuota de mercado de los principales radiodifusores de radio Horas promedio semanales de visualización de televisión por mercado 	
		Segmentación poblacional de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> Horas promedio semanales de escucha de radio per cápita por grupo de edad Horas promedio semanales de visualización de televisión por grupo de edad Porcentaje de tiempo de escucha por idioma (inglés, francés) y por servicio (AM, FM) 	
Regulación	Quejas	<ul style="list-style-type: none"> Número de quejas ante el regulador por tipo de contenidos de radio Número de quejas ante el regulador por tipo de contenidos de televisión Número de quejas de radio recibidas por diversos tipos (precios, calidad, acceso, contenidos, programación, volumen) Número de quejas de televisión recibidas por diversos tipos (precios, calidad, acceso, contenidos, programación, volumen) 		

Características de los **indicadores** y su publicación

Definición de indicadores	Sí	No	Especificaciones
Definición del indicador	✓		La descripción de cada indicador se encuentra dentro del Reporte de Monitoreo del Sector de Comunicaciones.
Fuente de información	✓		Encuestas respondidas por los concesionarios de manera electrónica e información proveniente del ISED.
Método de cálculo	✓		En el Reporte de Monitoreo del Sector de Comunicaciones se encuentra la descripción del método de cálculo.
Desagregación geográfica	✓		Nacional.
Desagregación temporal	✓		El Reporte de Monitoreo del Sector de Comunicaciones se publica anualmente.
Otro tipo de desagregación	✓		Para algunos indicadores: edad, tipo de contenido, lenguaje, origen del contenido.
Recolección y tratamiento			
Periodicidad de recolección	✓		La información se recopila anualmente.
Formatos/cuestionarios de recolección		✗	
Herramienta o plataforma digital para recolección de información	✓		La información es recopilada por medio del DCS.
Procedimiento de revisión y validación público	✓		La CRTC realiza un análisis de la información provista por los concesionarios buscando variaciones o diferencias considerables con la información de los años anteriores.
Difusión			
Documentos/reportes/informes/análisis	✓		Se publican reportes anualmente en PDF e información financiera en Excel en la página de internet de la CRTC.
Bases de datos descargables en formato abierto		✗	
Plataforma de visualización de datos		✗	

Información general del Sector de Radiodifusión



Regulador	<p>Consejo Nacional de Televisión (CNTV) Subsecretaría de telecomunicaciones (SUBTEL)</p>
Tipos de concesión	<ol style="list-style-type: none"> Televisión radiodifundida: <ul style="list-style-type: none"> Servicios de cobertura nacional Servicios de cobertura regional Servicios de cobertura local Servicios comunitarios Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> Servicios de radio AM Servicios de radio de FM Servicios de radio comunitaria ciudadana
Tecnologías de Radiodifusión y esquemas de operación	<ol style="list-style-type: none"> Transmisión digital de Televisión: <ul style="list-style-type: none"> ISDB-T Transmisión analógica de Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> AM FM En tanto se decide el estándar de radio digital a implementar en el país.
Marco normativo y regulatorio del sector de Radiodifusión	<p>Los servicios de televisión abierta son regulados por la Ley N° 20.750.</p>
Medición de audiencia y operación	<p>La medición de las audiencias es responsabilidad del Consejo Nacional de Televisión (CNTV), en cumplimiento de sus funciones de velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión.</p>

Sobre el regulador

El sector de Radiodifusión se encuentra regulado por dos instituciones. Por un lado, está el CNTV que se encarga de otorgar, modificar y finalizar concesiones de televisión, además es el encargado de supervisar y fiscalizar el contenido de las señales radiodifundidas, así como de regular los contenidos en la televisión por medio de las *Normas Generales sobre Contenidos de las Emisiones de Televisión*. Por otra parte, la SUBTEL se encarga del segmento de Radiodifusión sonora y por ello realiza el otorgamiento de las concesiones para dichos servicios y, a diferencia de la televisión, no hay regulación para contenidos en la radio.

Ambas instituciones recaban información del sector. SUBTEL recopila información de los proveedores de servicios por medio de una plataforma digital y publica informes de forma periódica. En cambio, el CNTV realiza encuestas a los usuarios de forma presencial para recopilar la información, procesarla y publicarla un informe de hallazgos.

Información estadística

Se identificaron dos fuentes públicas con información estadística sobre el sector de Radiodifusión:



- Informe anual del sector de Telecomunicaciones: documento generado de forma periódica con indicadores del regulador SUBTEL a través de información proporcionada por los proveedores de servicios. La SUBTEL desarrolló un sistema web de carga información para que los regulados del sector de Telecomunicaciones cumplieran con los requerimientos de información establecidos. Dicho sistema contiene plantillas específicas con el fin de facilitar la entrega, tratamiento y publicación de la información.
- El informe se publica desde el año 2005 por mandato de la resolución N°159 del Sistema de Transferencia de Información. Adicionalmente se publican versiones trimestrales y semestrales desde el año 2016.
- Encuesta Nacional de Televisión: donde se pueden encontrar indicadores generados por el CNTV sobre el sector de televisión radiodifundida y radiodifusión sonora. El informe es publicado cada 3 años desde 1993.

Indicadores

Se identificó que los informes anteriormente mencionados contienen indicadores de las siguientes temáticas:



Cobertura temática	Número de indicadores
Económica	2
Técnica	4
Audiencia	25
Contenidos	3
Regulación	1

Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Informe Anual del sector de Telecomunicaciones, publicado por SUBTEL	Económica	Inversión	<ul style="list-style-type: none"> Inversión total para el sector de Radiodifusión Inversión total del sector de Radiodifusión por tipo de servicio (TV radiodifundida, Radiodifusión sonora AM, Radiodifusión sonora FM) 	Cuestionarios y requerimientos de información
	Técnica	Penetración de servicios	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje promedio de hogares que tienen acceso a la tecnología (tv, radio) 	
Encuesta Nacional de Televisión, publicada por CNTV	Técnica	Dispositivos de recepción	<ul style="list-style-type: none"> Número promedio de televisores por hogar 	Encuestas y entrevistas a hogares y usuarios
		Penetración de servicios	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de hogares por número de televisores Porcentaje de hogares por tipo de televisores (televisión tradicional, pantalla plana, pantallas inteligentes) 	
	Contenidos	Canales y programación ofertada	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de usuarios que han observado contenidos inadecuados en televisión. Porcentaje de menciones de tipos de contenidos inadecuados observados en televisión. Porcentaje de menciones de actitudes realizadas una vez que se observan contenidos inadecuados (cambio de canal, lo comenta con alguien más, no hace nada, etc.) 	
	Audiencia	Medición de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> Número de horas promedio de consumo de televisión Número de horas de consumo de televisión estando en compañía de la familia Porcentaje promedio de realización de actividades durante el consumo de televisión. Consumo de contenidos en diversos medios (televisión abierta, televisión por cable, televisión satelital, internet, OTT, etc.) Porcentaje de consumo diario de televisión para diversas franjas de uso Porcentaje de consumo de diversos tipos de contenidos por región. Porcentaje de consumo de los diversos medios desagregados por tipo de contenido 	

Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Encuesta Nacional de Televisión, publicada por CNTV	Audiencia	Percepción y satisfacción de la audiencia	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje promedio de satisfacción con el servicio (muy y bastante satisfecho y, poco y nada satisfecho) ▶ Porcentaje promedio de satisfacción desagregado por género (masculino, femenino) ▶ Porcentaje promedio de satisfacción desagregado por rango de edad (16-25 años, 26-45 años, 46-80 años) ▶ Porcentaje promedio de satisfacción desagregado por estrato social ▶ Porcentaje promedio de satisfacción desagregado por regiones ▶ Porcentaje promedio de motivos de satisfacción del servicio (me gusta, informa bien, variedad de programas, etc.) ▶ Porcentaje promedio de motivos de insatisfacción del servicio (poca variedad, malos programas, pocos programas culturales, etc.) ▶ Porcentaje promedio de la percepción sobre la influencia de diversos actores en la televisión (dueños, empresarios y auspiciadores, CNTV, gobierno, etc.) ▶ Porcentaje promedio de percepción sobre la autonomía de la televisión abierta ▶ Porcentaje de asociación de canales con diversas percepciones (creíble, lo acompaña, lo entretiene, etc.) 	Encuestas y entrevistas a hogares y usuarios
		Segmentación poblacional de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de consumo de los diversos medios desagregados por rango de edad (16-25 años, 26-45 años, 46-80 años) ▶ Porcentaje de consumo de los diversos medios desagregados por género ▶ Porcentaje de consumo de los diversos medios desagregados por estrato social ▶ Porcentaje de consumo de los diversos medios desagregados por regiones ▶ Porcentaje de consumo de diversos tipos de contenidos por género ▶ Porcentaje de consumo de diversos tipos de contenidos por rango de edad ▶ Porcentaje de consumo de diversos tipos de contenidos por estrato social ▶ Porcentaje de usuarios que ven televisión por sector económico 	
	Percepción regulatoria	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de menciones de motivos del funcionamiento de la televisión y su regulación 		

Características de los **indicadores** y su publicación



Definición de indicadores	Sí	No	Especificaciones
Definición del indicador	✓		La definición está implícita en el nombre del indicador, pero no se identificó un instrumento donde se explique su definición de forma específica.
Fuente de información	✓		Elaboración de encuestas e información proporcionada por los concesionarios.
Método de cálculo	✓		Información disponible únicamente para los reportes del CNTV.
Desagregación geográfica	✓		Para algunos indicadores del CNTV se cuenta con desagregación a nivel nacional y por regiones y subregiones.
Desagregación temporal	✓		Anual, trimestral, semestral y trienal.
Otro tipo de desagregación	✓		Por edad, sexo y estrato social para algunos indicadores del CNTV.
Recolección y tratamiento			
Periodicidad de recolección	✓		Anual para la SUBTEL y trienal para el caso de la Encuesta del CNTV.
Formatos/cuestionarios de recolección	✓		Disponible para el caso del informe del CNTV.
Herramienta o plataforma digital para recolección de información	✓		La SUBTEL cuenta con una plataforma vía web para la recolección de información de los concesionarios (sistema de transferencia de información). La encuesta nacional de televisión se realiza de forma presencial con el apoyo de tabletas electrónicas para la recopilación de información.
Procedimiento de revisión y validación público		✗	
Difusión			
Documentos/reportes/informes/análisis	✓		Tanto el CNTV como la SUBTEL publican reportes con la información recopilada sobre el sector de Radiodifusión. La información se encuentra disponible en formato PDF y en formato Excel para el caso de la encuesta nacional de televisión.
Bases de datos descargables en formato abierto		✗	
Plataforma de visualización de datos		✗	

Información general del Sector de **Radiodifusión**



Regulador	<ol style="list-style-type: none"> 1. Televisión radiodifundida: <i>Autoridad Nacional de Televisión (ANTV)</i> 2. Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (supervisión y regulación)</i> • <i>Comisión de Regulación de Comunicaciones (regulación)</i> • <i>Agencia Nacional de espectro (regulación)</i>
Tipos de concesión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Televisión radiodifundida: <ul style="list-style-type: none"> • Nacionales • Regionales • Locales 2. Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • Radio comunitaria • Radio comercial • Radio pública
Tecnologías de Radiodifusión y esquemas de operación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trasmisión digital de Televisión: <ul style="list-style-type: none"> • DVB-T2 2. Trasmisión digital de Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • IBOC
Marco normativo y regulatorio del sector de Radiodifusión	<p>La regulación y facultades de la ANTV se encuentran establecidas en la Ley 1507 de 2012.</p>
Medición de audiencia y operación	<p>La medición de las audiencias la realiza la ANTV, aunque no se identificó regulación relacionada con esta materia.</p>

Sobre el **regulador**

En el caso del servicio de televisión el organismo encargado de la regulación es ANTV.

Para el servicio de Radiodifusión sonora, el organismo encargado de la supervisión es el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia, el cual para temas regulatorios se apoya de la Comisión de Regulación de Comunicaciones y en la Agencia Nacional del Espectro.

Por otro lado, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) tiene como objetivo la generación y publicación de información estadística estratégica, así como el desarrollo de las metodologías para su elaboración.



Información estadística

En lo relacionado con el servicio de televisión, se identificaron dos fuentes públicas con información estadística sobre el sector de Radiodifusión a cargo de la ANTV:



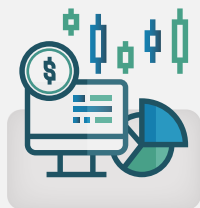
- *Documento de diagnóstico integral del estado actual del servicio público de la televisión en Colombia* (abierta y cerrada) y de sus proyecciones. Este estudio fue realizado en 2016 por la Universidad Nacional de Colombia a petición de la ANTV.
- *Estudio de audiencias de televisión pública en Colombia*. Este estudio fue realizado en 2017 por la Universidad de Antioquia a petición de la ANTV.

Adicionalmente, el DANE publicó dos fuentes de información que cuentan con indicadores relevantes y útiles para monitorear al sector de Radiodifusión:

- *La Encuesta Anual de Servicios* realizada desde el año 2006, tiene como objetivo dar a conocer el comportamiento de diversas actividades económicas a través de la medición de indicadores, para lo cual se realizan requerimientos de información financiera a empresas, entre ellas, las del sector de Radiodifusión.
- *La Encuesta de Consumo Cultural (ECC)* realizada desde el año 2010, contiene información que es de interés para el monitoreo del sector de Radiodifusión relacionada con el consumo de contenidos audiovisuales.

Indicadores

Se identificó que los informes mencionados contienen indicadores de las siguientes temáticas:



Cobertura temática	Número de indicadores
Económica	15
Técnica	7
Contenidos	3
Audiencia	10
Recursos Humanos	3

NOTA: algunos indicadores aparecen en más de un documento, en este caso se contabiliza solo una vez.



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Documento del diagnóstico integral del estado actual del servicio público de la televisión en Colombia coordinado por la ANTV	Económica	Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Total de ingresos del segmento de televisión radiodifundida ▶ Desagregación porcentual de ingresos totales por publicidad por cada operador del segmento de televisión radiodifundida ▶ Total de ingresos por publicidad ▶ Ingreso promedio por usuario del segmento de televisión radiodifundida (total de ingresos / total de usuarios) ▶ Desagregación porcentual de ingresos totales del segmento de televisión radiodifundida 	Universidad Nacional de Colombia y otras asociaciones e instituciones
		Relación con PIB	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de gasto en publicidad del segmento de televisión radiodifundida respecto del PIB 	
		Gastos	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Gasto total del segmento de televisión radiodifundida en publicidad 	
	Técnica	Tecnologías y esquemas de operación	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de concesionarios del sector de televisión radiodifundida que han implementado la TDT en un periodo establecido 	
		Frecuencias de espectro utilizadas	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Bandas de frecuencias utilizadas en el país 	
		Cobertura de servicios	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de municipios que tienen servicios de TDT ▶ Número de habitantes cubiertos con servicios TDT ▶ Porcentaje de cobertura poblacional con servicios de TDT 	
		Estaciones	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de canales por tecnología que se ofrece en una determinada región 	
	Contenido	Canales y programación ofertada	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 10 canales más vistos en el país ▶ Porcentaje de contenidos producidos internacionalmente que se transmiten en una franja horaria determinada ▶ Porcentaje de contenidos producidos nacionalmente que se transmiten en una franja horaria determinada 	
	Audiencia	Medición de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Desagregación porcentual de usuarios por operador ▶ Rating total del servicio de televisión radiodifundida 	
		Segmentación poblacional de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Rating total del servicio de televisión radiodifundida desagregada por nivel socioeconómico 	



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Estudio de audiencias de televisión pública en Colombia coordinado por la ANTV	Económica	Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> Total de ingresos en el segmento de televisión radiodifundida (total de ingresos / total de usuarios) Ingreso promedio por usuario del segmento de televisión radiodifundida (total de ingresos / total de usuarios) Ingresos totales por publicidad Desagregación porcentual de ingresos totales por publicidad por cada operador del segmento de televisión radiodifundida Desagregación porcentual de los ingresos totales del segmento de televisión radiodifundida 	Universidad de Antioquia aplicó encuestas y entrevistas
		Relación con PIB	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de gastos en publicidad del segmento de televisión radiodifundida respecto del PIB 	
		Gastos	<ul style="list-style-type: none"> Gastos totales en publicidad en el segmento de televisión radiodifundida 	
	Técnica	Tecnologías y esquemas de operación	<ul style="list-style-type: none"> Número de operadores que han implementado la TDT en un periodo establecido Número de canales por tecnología desagregados por región 	
		Frecuencias de espectro utilizadas	<ul style="list-style-type: none"> Bandas de frecuencias utilizadas en el país 	
		Cobertura de servicios	<ul style="list-style-type: none"> Número de municipios que tienen servicios de TDT Número de habitantes cubiertos con servicios TDT Porcentaje de cobertura poblacional con servicios de TDT 	
	Contenidos	Canales y programación ofertada	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de contenidos producidos nacionalmente que se transmiten desagregados por franjas horarias Porcentaje de contenidos producidos internacionalmente que se transmiten desagregados por franjas horarias 10 canales más vistos en el país 	
	Audiencia	Medición de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> Desagregación porcentual de los usuarios del servicio por operador Rating total del servicio de televisión radiodifundida 	
		Segmentación poblacional de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> Rating total del servicio de televisión radiodifundida desagregada por nivel socioeconómico. 	



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Encuesta anual de servicios del DANE	Económica	Ganancias	Total de producción bruta del segmento de televisión radiodifundida.	Encuestas a empresas
			Valor adicional creado por un agente económico en el proceso de producción	
			Valor agregado menos la remuneración a los asalariados en cada uno de los sectores analizados	
			Relación entre el consumo intermedio y la producción bruta	
	Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> Total de ingresos del segmento de televisión radiodifundida Total de ingresos por servicios, mercancías y otros ingresos 		
	Bienes y servicios	<ul style="list-style-type: none"> Valor de los bienes y servicios no durables utilizados como insumos en el proceso de producción de otros bienes y servicios 		
Recursos humanos	Gastos	<ul style="list-style-type: none"> Sueldos y salarios del personal remunerado del segmento de televisión radiodifundida Remuneración de asalariados por tipo de contratación 		
		Empleo	<ul style="list-style-type: none"> Total de personal contratado Total de personal que recibe remuneración 	
Perspectiva de género	<ul style="list-style-type: none"> Total de personal ocupado, por tipo de contratación y género 			
Encuesta de Consumo Cultural del DANE	Audiencia	Medición de audiencias	Número total de personas que consumen radio y televisión segmentado por frecuencia de consumo	Encuesta a aproximadamente 8,000 viviendas
			Número total de personas que consumen radio y televisión segmentado por región	
Total de personas que escucharon radio segmentado por tipo de emisora				
Total de personas que escucharon radio segmentado por tipo de contenido				
Total de personas que no escucharon radio segmentado por cualquier motivo o razón				
Segmentación poblacional de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> Número total de personas que consumen radio y televisión segmentado por género Número total de personas que consumen radio y televisión segmentado por rango de edad 			

Características de los **indicadores** y su publicación



Definición de indicadores	Sí	No	Especificaciones
Definición del indicador	✓		Únicamente para los indicadores de las encuestas realizadas por el DANE las definiciones se encuentran en cada encuesta publicada.
Fuente de información	✓		Para los cuatro casos identificados la información proviene de encuestas, entrevistas y diversas fuentes externas. En ningún caso se identificó que la información proviniera de una solicitud de información por el regulador a los concesionarios del sector de Radiodifusión.
Método de cálculo	✓		El DANE publica el detalle metodológico en sus documentos, mientras que en el estudio de audiencias se describe brevemente en la introducción. Para el resto de los documentos no se identificó información específica sobre el método de cálculo de los indicadores considerados o su procesamiento.
Desagregación geográfica	✓		Únicamente para el Estudio de audiencias de televisión se realizó una segmentación por región (9 regiones).
Desagregación temporal	✓		Anual o bienal.
Otro tipo de desagregación	✓		Por edad, por género y nivel socioeconómico.
Recolección y tratamiento			
Periodicidad de recolección	✓		La Encuesta Anual de Servicios se realiza anualmente. Por su parte, la Encuesta de Consumo Cultural se realiza cada dos años. El resto fueron estudios de única ocasión.
Formatos/cuestionarios de recolección	✓		Únicamente para la información de la DANE se pueden descargar los formularios y encuestas realizadas en formato PDF.
Herramienta o plataforma digital para recolección de información	✓		La Encuesta Anual de Servicios se recopila a través de la página web del DANE.
Procedimiento de revisión y validación público	✓		En el caso de la Encuesta Anual de Servicios existen validaciones del sistema y validaciones manuales de los analistas del DANE, en ambos casos si es necesario se solicita una confirmación de la información por parte de la empresa encuestada.
Difusión			
Documentos/reportes/informes/análisis	✓		La ANTV publica en PDF la información, mientras que el DANE cuenta con sitios web para cada encuesta.
Bases de datos descargables en formato abierto	✓		En la página de el DANE existe una sección de descarga de microdatos.
Plataforma de visualización de datos		✗	



Información general del Sector de **Radiodifusión**

Regulador	<i>Korea Communications Commission KCC (Comisión Coreana de Comunicaciones)</i>
Tipos de concesión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Televisión radiodifundida: <ul style="list-style-type: none"> • Licencia de Radiodifusión satelital • Licencia de Radiodifusión terrestre 2. Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • Licencia de Radiodifusión satelital • Licencia de Radiodifusión comunitaria
Tecnologías de Radiodifusión y esquemas de operación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transmisión digital de Televisión: <ul style="list-style-type: none"> • ATSC 2. Transmisión digital de Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • DMB, con variantes satelital S-DMB y terrestre T-DMB
Marco normativo y regulatorio del sector de Radiodifusión	El sector de Radiodifusión se encuentra regulado mediante el 'Broadcasting Act' (Ley de Radiodifusión).
Medición de audiencia y operación	La audiencia y su medición se encuentran reguladas por la KCC como parte de sus funciones indicadas en <i>Ley de Establecimiento y Operación de la Comisión de Radiodifusión y Comunicaciones</i> .

Sobre el **regulador**

La KCC es la encargada de regular en su totalidad el sector de la Radiodifusión y las comunicaciones en Corea del Sur desde el 2008 con su creación por medio de *la Ley de Establecimiento y Operación de la Comisión de Radiodifusión y Comunicaciones*, como resultado de la fusión de dos instituciones: *La Comisión Coreana de Radiodifusión* y el *Ministerio de Información y Comunicaciones*. Desde entonces la KCC es la encargada de la televisión radiodifundida y de la radiodifusión sonora AM y FM.



Entre sus funciones se encuentra la formulación y ejecución de políticas relativas a la Radiodifusión terrestre y los servicios generales, también la investigación e imposición de sanciones en el caso de violaciones a la ley por parte de los proveedores de servicios, así como el desarrollo e implementación de medidas para proteger a los usuarios, además de promover el desarrollo equilibrado de los servicios de Radiodifusión y comunicaciones bajo la *Ley de Radiodifusión*.

Información **estadística**

Se identificó una sola fuente pública con información estadística sobre el sector de Radiodifusión:



- Informe anual de la KCC. Se basan en información recopilada por el regulador mediante la aplicación de una encuesta a los usuarios. Este reporte se hace desde el año 2000 con una periodicidad anual.

Indicadores

Se identificó que el informe anteriormente mencionado contiene indicadores de las siguientes temáticas:



Cobertura temática	Número de indicadores
Técnica	21
Contenidos	2
Audiencia	13



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Informe anual de la KCC	Técnica	Cobertura de servicios	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de hogares que reciben televisión terrestre ▶ Porcentaje de hogares que reciben televisión terrestre por tipo de localidad 	Encuestas y entrevistas a hogares y usuarios
		Dispositivos de recepción	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de posesión y uso de dispositivos de televisión analógica respecto de dispositivos de televisión digital ▶ Número promedio de equipos de televisión por hogar ▶ Número promedio de equipos de televisión analógica por hogar ▶ Número promedio de equipos de televisión digital por hogar ▶ Número promedio de equipos de radio por hogar ▶ Número promedio de equipos de radio en vehículos por hogar 	
		Penetración de servicios	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje promedio de hogares que cuenta con un equipo receptor de señales de televisión radiodifundida ▶ Porcentaje promedio de hogares que cuenta con un equipo analógico receptor de señales de televisión radiodifundida ▶ Porcentaje promedio de hogares que cuenta con un equipo digital receptor de señales de televisión radiodifundida ▶ Porcentaje promedio de hogares que cuenta con un equipo receptor de señales de Radiodifusión sonora ▶ Porcentaje promedio de hogares que cuenta con un equipo receptor de señales de Radiodifusión sonora instalado en un vehículo automotor ▶ Porcentaje promedio de personas que utilizan la televisión ▶ Porcentaje promedio de personas que utilizan la televisión segmentados por género ▶ Porcentaje promedio de personas que utilizan la televisión segmentados por rango de edad ▶ Porcentaje promedio de personas que utilizan la televisión segmentados por ocupación ▶ Porcentaje promedio de personas que utilizan el radio ▶ Porcentaje promedio de personas que utilizan el radio segmentados por género ▶ Porcentaje promedio de personas que utilizan el radio segmentados por rango de edad ▶ Porcentaje promedio de personas que utilizan el radio segmentados por ocupación 	



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Informe anual de la KCC	Contenidos	Convergencia de contenidos audiovisuales	▶ Porcentaje de razones para ver contenido de televisión en diferentes plataformas	Encuestas y entrevistas a hogares y usuarios
		Canales y programación ofertada	▶ Porcentaje promedio de programas transmitidos que se produjeron en el extranjero	
	Audiencia	Medición de audiencias	▶ Tiempo promedio de visualización de la televisión ▶ Porcentaje promedio de uso de otros medios (PC, tabletas, smartphones, etc.) mientras se ve televisión ▶ Porcentaje de visualización de tipos de contenidos (deportes, noticieros, novelas, etc.) ▶ Número de veces a la semana que se utiliza la televisión ▶ Número de veces a la semana que se utiliza el radio ▶ Porcentaje de uso de la televisión por día de la semana ▶ Porcentaje de uso del radio por día de la semana	
		Segmentación poblacional de audiencias	▶ Porcentaje promedio de usuarios de radio desagregados por género ▶ Porcentaje promedio de usuarios de radio desagregados por rango de edad ▶ Porcentaje promedio de usuarios de radio desagregados por ocupación ▶ Porcentaje promedio de usuarios de radio por rango de ingresos ▶ Porcentaje promedio de usuarios de radio por nivel educativo ▶ Porcentaje promedio de menores de edad que observan tv radiodifundida, segmentado por rango de edad	



Características de los **indicadores** y su publicación



Definición de indicadores	Sí	No	Especificaciones
Definición del indicador	✓		La definición está implícita en el nombre del indicador, pero no se identificó un instrumento donde se explique su definición de forma específica.
Fuente de información	✓		Encuestas a usuarios.
Método de cálculo	✓		Se encuentra disponible en el Informe Anual.
Desagregación geográfica	✓		Nacional.
Desagregación temporal	✓		Anual.
Otro tipo de desagregación	✓		Por edad, sexo, ocupación, rango de ingresos y nivel educativo.
Recolección y tratamiento			
Periodicidad de recolección	✓		Anual.
Formatos/cuestionarios de recolección	✓		Disponible en el informe anual.
Herramienta o plataforma digital para recolección de información		✗	
Procedimiento de revisión y validación público	✓		En el Informe Anual publicado por el regulador se detalla la metodología de recopilación y validación de la información.
Difusión			
Documentos/reportes/informes/análisis	✓		El regulador publica un informe anual con los resultados obtenidos en formato PDF en su sitio web.
Bases de datos descargables en formato abierto		✗	
Plataforma de visualización de datos		✗	



Información general del Sector de **Radiodifusión**

Regulador	Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL).
Tipos de concesión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Televisión radiodifundida y Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • Uso comercial • Uso no comercial • Uso oficial • Uso para seguridad, socorro y emergencia • Uso libre
Tecnologías de Radiodifusión y esquemas de operación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transmisión digital de Televisión radiodifundida: <ul style="list-style-type: none"> • Actualmente Costa Rica está en un proceso de transición a la televisión digital, el cual utilizará el estándar ISDB-T. 2. Transmisión analógica de Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • AM • FM
Marco normativo y regulatorio del sector de Radiodifusión	En Costa Rica, el sector de Radiodifusión se encuentra regulado por la <i>Ley General de Telecomunicaciones</i> .
Medición de audiencia y operación	En Costa Rica la medición de audiencias la realiza el <i>Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)</i> como parte de las encuestas que realiza a fin de cumplir con sus funciones.

Sobre el **regulador**

La SUTEL es la encargada de promover la competencia, autorizar a las empresas operadoras o proveedoras de servicios, proporcionar la interconexión entre empresas y otras funciones en el sector de las telecomunicaciones. Al ser la autoridad sectorial de competencia se encarga de vigilar la calidad de los servicios de telecomunicaciones y defender los derechos de los usuarios ante malas prácticas de los operadores o proveedores de servicios, además la SUTEL se encarga de velar por el uso eficiente del espectro radioeléctrico.

En lo referente a los servicios de Radiodifusión y televisión (de acceso libre), la SUTEL realiza las actividades y los estudios necesarios para preparar el concurso de la concesión y realizar las recomendaciones pertinentes al Poder Ejecutivo sobre el otorgamiento, o no, de dichas concesiones⁹. Sin embargo, el regulador no es el encargado de recolectar información y realizar indicadores sobre Radiodifusión, esta actividad se encuentra a cargo del INEC de Costa Rica.

⁹ Ley general de Telecomunicaciones N°8642, Artículo 29: Servicios de Radiodifusión y telecomunicación. Basado en la Ley de Radio N°1758.

Información estadística

Se identificaron dos fuentes públicas con información estadística sobre el sector de Radiodifusión:



- Encuesta Nacional de Hogares (ENAO): es una encuesta anual realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) que recopila información de los hogares, la tenencia de servicios, la existencia de tecnología en los hogares, el tipo de dispositivos, entre otros temas. La ENAO se realiza desde 2010, como sustituta de la Encuesta de Hogares y Propósitos Múltiples.
- Encuesta Nacional de Cultura (ENC): encuesta elaborada por INEC que recopila información sobre la percepción y el consumo de medios en Costa Rica. La ENC inicialmente fue realizada en 2010 por el Ministerio de Cultura y Juventud con la colaboración del INEC, pero posteriormente en el año 2016 la práctica fue retomada e implementada por el INEC.

Indicadores

Se identificó que los informes mencionados contienen indicadores de las siguientes temáticas:



Cobertura temática	Número de indicadores
Técnica	11
Audiencia	18

Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Encuesta Nacional de Hogares (ENAO) del INEC	Técnica	Dispositivos de recepción	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de televisores de plasma, LCD o LED por hogar ▶ Porcentaje de televisores de plasma, LCD o LED por hogar ▶ Número de televisores convencionales por hogar ▶ Porcentaje de televisores convencionales por hogar 	Encuestas y entrevistas a hogares y usuarios
		Penetración de servicios	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número promedio de hogares que cuentan con televisores de plasma, LCD o LED ▶ Porcentaje promedio de hogares que cuentan con televisor ▶ Número promedio de hogares que cuentan con televisores convencionales ▶ Porcentaje promedio de hogares que cuentan con televisores convencionales 	
Encuesta Nacional de Cultura (ENC) del INEC	Técnica	Penetración de servicios	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de viviendas que poseen televisión (convencional y de plasma) y radio, por geo tipo ▶ Porcentaje de población que escucha radio ▶ Porcentaje de población por tipo de dispositivo receptor de radio, segmentado por geo tipo, sexo, región, rango de edad y nivel de educación 	Encuestas y entrevistas a hogares y usuarios
	Audiencia	Medición de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de la población mayor a 5 años que escucha radio nacional ▶ Porcentaje de población que ve televisión ▶ Promedio de días en los últimos 7 días que el usuario escucha radio ▶ Porcentaje de la población mayor a 5 años que escucha la radio por número de días ▶ Promedio de días en los últimos 7 días que escucha radio ▶ Porcentaje de la población mayor a 5 años que ve la televisión por número de días 	



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Encuesta Nacional de Cultura (ENC) del INEC	Audiencia	Segmentación poblacional de audiencias	<p>Porcentaje de la población por tipo de programación escuchada, segmentado por geo tipo, sexo, región, rango de edad y nivel de educación</p> <p>Promedio de días en los últimos 7 días que escucha radio, segmentado por geo tipo, sexo, región, rango de edad y nivel de educación</p> <p>Porcentaje de la población mayor a 5 años que escucha la radio por número de días, segmentado por geo tipo, sexo, región, rango de edad y nivel de educación</p> <p>Promedio de días en los últimos 7 días que ve televisión, segmentado por geo tipo, sexo, región, rango de edad y nivel de educación</p> <p>Porcentaje de población que escucha radio, segmentado por geo tipo, sexo, región, rango de edad y nivel de educación</p> <p>Porcentaje de la población mayor a 5 años que escucha radio costarricense, segmentado por geo tipo, sexo, región, rango de edad y nivel de educación</p> <p>Porcentaje de población que no escuchan radio segmentado por motivo o razón y por geo tipo, sexo, región, rango de edad y nivel de educación</p> <p>Porcentaje de población que ve televisión, segmentado por geo tipo, sexo, región, rango de edad y nivel de educación</p> <p>Porcentaje de la población mayor a 5 años que ve la televisión por número de días, segmentado por geo tipo, sexo, región, rango de edad y nivel de educación</p> <p>Porcentaje de población que no ven televisión segmentado por motivo o razón y, por geo tipo, sexo, región, rango de edad y nivel de educación</p> <p>Porcentaje de la población por tipo de programación escuchada, segmentado por geo tipo, sexo, región, rango de edad y nivel de educación</p> <p>Porcentaje de la población por tipo de programación vista en televisión, segmentado por geo tipo, sexo, región, rango de edad y nivel de educación</p>	Encuestas y entrevistas a hogares y usuarios

Características de los **indicadores** y su publicación



Definición de indicadores	Sí	No	Especificaciones
Definición del indicador	✓		La definición está implícita en el nombre del indicador, pero no se identificó un instrumento donde se explique su definición de forma específica.
Fuente de información	✓		Encuestas y entrevistas a hogares y usuarios.
Método de cálculo	✓		En la página de internet del INEC se encuentra disponible para descarga el Instructivo para la persona entrevistadora de la Encuesta Nacional de Cultura. Adicionalmente, dentro de los reportes publicados se ha incluido una sección en la que se describe la metodología.
Desagregación geográfica	✓		Por región.
Desagregación temporal	✓		Anual.
Otro tipo de desagregación	✓		Por edad, nivel educativo, sexo y por tipo de dispositivos.
Recolección y tratamiento			
Periodicidad de recolección	✓		Anual.
Formatos/cuestionarios de recolección	✓		Disponibles en la página oficial de INEC.
Herramienta o plataforma digital para recolección de información		✗	
Procedimiento de revisión y validación público	✓		El proceso se incluye en el informe escrito presentado por el INEC.
Difusión			
Documentos/reportes/informes/análisis	✓		Se publican reportes anualmente en PDF y en formato Excel.
Bases de datos descargables en formato abierto		✗	
Plataforma de visualización de datos		✗	



Información general del Sector de Radiodifusión

Regulador	<i>Comisión Nacional de Mercados y Competencia (CNMC)</i>
Tipos de concesión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Televisión radiodifundida: <ul style="list-style-type: none"> • Televisión • Televisión móvil 2. Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • Radio • Radio móvil
Tecnologías de Radiodifusión y esquemas de operación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trasmisión digital de Televisión: <ul style="list-style-type: none"> • DVB-T 2. Trasmisión digital de Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • DAB
Marco normativo y regulatorio del sector de Radiodifusión	El sector de telecomunicaciones y la Radiodifusión en España se encuentra regulada por separado en la Ley 7/2010, en el cual se incorporó un nuevo marco regulatorio de las comunicaciones electrónicas.
Medición de audiencia y operación	La medición y publicación de resultados de audiencias la realiza la CNMC.

Sobre el regulador

El organismo regulador de la Radiodifusión de España, la CNMC, cuenta con las facultades de supervisión y regulación, así como de designación de los operadores con poder significativo en el mercado y de imposición de obligaciones específicas en materia de competencia a aquellos operadores que caigan en este supuesto. Asimismo, la CNMC es el organismo encargado de la supervisión de contenidos audiovisuales de acuerdo con la normativa en materia de protección de menores, publicidad y accesibilidad.

Por su parte, la gestión del servicio público de radio y televisión se encuentra a cargo de la Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.



Información estadística

La CNMC definió una serie de plantillas que tienen que ser completadas por los operadores a través de una plataforma de información automatizada, la cual facilita la entrega, tratamiento y publicación de la información.

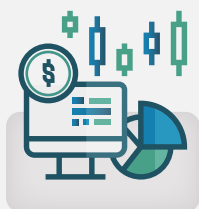
La CNMC publica periódicamente informes con una variedad de datos e indicadores vinculados al sector de Radiodifusión. Entre los informes que publica se encuentran los siguientes:



- Informe de telecomunicaciones y sector de Radiodifusión, del cual se publican 3 tipos de informes en función del periodo de análisis, ya sea mensual, trimestral o anual.
- Informe de comercio electrónico, el cual se publica trimestralmente.
- Informe de panel de hogares, el cual se publica semestralmente.
- Informe de datos por provincias y comunidades autónomas, el cual se publica anualmente.

Indicadores

Se identificó que los informes mencionados contienen indicadores de las siguientes temáticas:



Cobertura temática	Número de indicadores
Económica	8
Técnica	1
Contenidos	3
Publicidad	1
Audiencia	9
Recursos Humanos	1

Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Indicadores publicados por la CNMC	Económica	Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> Ingresos publicitarios de televisión y radio Ingresos publicitarios de televisión y radio por tipo de operador (público o privado) Ingresos publicitarios de televisión por operador ▶ Ingresos totales de radio y televisión (radiodifundida y de paga) Ingresos de televisión de pago por medio de transmisión (satélite, IP, etc.) Ingresos de televisión y radio por operadores 	Requerimientos de información a los operadores
		Ganancias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Resultado de explotación por operador del sector de Radiodifusión 	
		Inversión	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Inversión por operador del sector de Radiodifusión 	
	Técnica	Estaciones	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de estaciones para la difusión terrestre de señales audiovisuales 	
	Contenidos	Convergencia de contenidos audiovisuales	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Motivos de visualización de televisión en otras plataformas ▶ Tiempo de consumo de televisión en otras plataformas ▶ Tiempo de consumo de televisión en otras plataformas segmentado por edad 	
	Publicidad	Tipos de espacios disponibles para publicidad	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Minutos totales de publicidad en televisión 	
	Audiencia	Medición de audiencia	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Minutos de usuario por día de visualización de televisión ▶ Minutos de usuario por día de visualización de televisión desagregados por Comunidad Autónoma ▶ Audiencias totales por sistema de distribución (TDT, SAT, Cable) ▶ Audiencias por canal TDT ▶ Porcentaje de audiencias por canal por regiones 	
		Segmentación poblacional de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Audiencias TDT segmentadas por edades ▶ Porcentaje de audiencias por canal por rango de edad (16-25 años, 26-45 años, 46-80 años) ▶ Porcentaje de audiencias por canal por género ▶ Porcentaje de audiencias por canal por estrato social (IA, IB, IC, etc.) 	
	Recursos Humanos	Empleo	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de personas empleadas por operador en el sector 	

Características de los **indicadores** y su publicación



Definición de indicadores	Sí	No	Especificaciones
Definición del indicador	✓		La definición está implícita en el nombre del indicador, pero no se identificó un instrumento donde se explique su definición de forma específica.
Fuente de información	✓		Operadores de Radiodifusión.
Método de cálculo		✗	
Desagregación geográfica	✓		Nacional y para algunos indicadores, regional.
Desagregación temporal	✓		Indicadores trimestrales.
Otro tipo de desagregación	✓		Por edad, plataforma, género y estrato social.
Recolección y tratamiento			
Periodicidad de recolección	✓		Trimestral.
Formatos/cuestionarios de recolección	✓		La CNMC elaboró las plantillas donde los operadores reportan la información.
Herramienta o plataforma digital para recolección de información	✓		Existe una plataforma informática de recopilación de información.
Procedimiento de revisión y validación público	✓		La información recopilada es validada de manera previa al análisis y publicación de los indicadores.
Difusión			
Documentos/reportes/informes/análisis	✓		Se publican reportes anualmente, así como también se pueden visualizar en la página de Internet de la CNMC.
Bases de datos descargables en formato abierto		✗	
Plataforma de visualización de datos	✓		Se cuenta con la plataforma CNMC Data.



Información general del Sector de **Radiodifusión**

Regulador	<i>Federal Communications Commission, FCC (Comisión Federal de Comunicaciones)</i>
Tipos de concesión	<ol style="list-style-type: none"> Televisión radiodifundida y radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> Licencias comerciales Licencias no comerciales educativas Licencias de radio amateur
Tecnologías de Radiodifusión y esquemas de operación	<ol style="list-style-type: none"> Transmisión digital de Televisión: <ul style="list-style-type: none"> ATSC Transmisión digital de Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> IBOC Transmisión analógica de Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> AM FM
Marco normativo y regulatorio del sector de Radiodifusión	<i>La primera enmienda y la Ley de comunicaciones de Estados Unidos prohíben expresamente a la FCC involucrarse en asuntos relacionados con contenidos y publicidad. Sin embargo, las reglas o lineamientos que atañen al otorgamiento de licencias y a la operación de las estaciones de Radiodifusión se encuentran establecidos en el Código de Reglas, título 47.</i>
Medición de audiencia y operación	La medición de audiencias en Estados Unidos la realizan empresas privadas especializadas en dicha actividad.

Sobre el **regulador**

La FCC es una agencia independiente del gobierno de los Estados Unidos encargada de regular las comunicaciones en todo el territorio estadounidense bajo el *Código de Reglas, Título 47 del Código de Regulaciones Federales (CFR)*¹⁰, con el fin de promover la competencia, la innovación y la inversión en el sector, además se encarga de revisar las regulaciones de los medios para que las nuevas tecnologías prosperen en el sector y fomenta el mejor y mayor uso del espectro radioeléctrico.

¹⁰ Code of Federal Regulations, CFR.



En materia de Radiodifusión la FCC, a través de las divisiones de audio y video, es la encargada de administrar y asignar las concesiones para los servicios de AM, FM, y TDT, asimismo realizar análisis legales y técnicos para dichos servicios.¹¹

Información estadística

La FCC solicita información directamente a los proveedores de servicios de forma periódica. Tal pareciera que esta información no recibe un tratamiento específico por parte de la FCC, sino que se trata de un ejercicio de transparencia y rendición de cuentas con la que las estaciones de Radiodifusión sonora deben de cumplir. Esta información está disponible en la página del regulador, y es la siguiente:



- **Autorizaciones de la Comisión.** Son instrumentos emitidos por la Comisión a individuos o compañías que autorizan la transmisión de radio, pueden ser licencias y permisos.
- **Solicitudes y materiales relacionados.** Estas son solicitudes y documentos de respaldo o pruebas presentadas a la FCC con el fin de obtener licencias de emisión, permisos de construcción, autoridad de operación especial o consentimiento para la venta de una instalación de transmisión existente.
- **Mapas de contorno.** Se refiere a representaciones gráficas o mapas del área en la cual una estación de transmisión proporciona un nivel particular de intensidad de señal en el aire.
- **Informes de propiedad y materiales relacionados.** Estos informes se presentan cada dos años y se refieren a la documentación relativa a la posesión de una estación de transmisión.
- **Archivo de Igualdad de Oportunidades en el Empleo.** La Comisión requiere que las estaciones que emplean a cinco o más personas de tiempo completo mantengan en su archivo de inspección pública una serie de documentos sobre sus acciones para permitir la igualdad de oportunidades.
- **El manual de Radiodifusión ('The Public and Broadcasting manual').** Este folleto, escrito por la Comisión, tiene la intención de explicar en términos comprensibles los diversos aspectos y propósitos del servicio de transmisión, el reglamento de la Comisión, así como las obligaciones de los organismos de Radiodifusión y los procesos administrativos relacionados con la prestación de servicios.

¹¹ El sector de Radiodifusión en Estados Unidos, a diferencia de otros países, presenta la peculiaridad de haber pasado por un proceso de desregulación en la década de los 80s, por lo que el regulador no cuenta con las facultades dentro del sector.



- **Informes de programación de televisión para niños.** Las estaciones de televisión comerciales deben poseer en sus archivos de inspección pública un informe trimestral que identifique la programación educativa e informativa para niños que han transmitido.
- **Informes de educación de transición a TDT.** Este formulario informa sobre los esfuerzos realizados por las estaciones de televisión para informar a sus audiencias sobre la transición al servicio digital.
- **Acuerdos de ciudadanos.** Estos son acuerdos entre grupos de ciudadanos y estaciones de transmisión con fines no comerciales que tratan directa o indirectamente con los servicios de Radiodifusión en sus comunidades.
- **Archivo político.** Este archivo debe contener todas las solicitudes de transmisión de contenido publicitario de carácter político, así como los acuerdos a los que llegaron las estaciones para su transmisión.
- **Listas de programas.** Estas son listas trimestrales preparadas por las estaciones de los programas que emitieron durante el trimestre anterior y que brindaron el tratamiento de las estaciones para los problemas de la comunidad.
- **Listas de donantes para canales educativos no comerciales.** Estas son listas de donantes que han apoyado programas específicos transmitidos por las estaciones.
- **Registros relativos a los límites comerciales de programación para niños.** Estos son registros que fundamentan el cumplimiento de la Ley de televisión infantil de 1990 y las normas de la FCC que limitan el tipo y la cantidad de publicidad que se debe transmitir durante la programación de televisión dirigida a niños menores de 12 años.
- **Contratos de corretaje de tiempo.** Estos son contratos o acuerdos que permiten que un licenciataria venda espacio a un tercero productor de contenido que suministra tanto contenido como publicidad en el espacio contratado.
- **Acuerdos de ventas conjuntas.** Estos son contratos o acuerdos que permiten a una o más partes distintas del propietario de la estación vender el tiempo publicitario en la estación.
- **Acuerdos de servicios compartidos.** Estos son contratos o acuerdos que permiten que una estación brinde servicios como asistencia administrativa, técnica, de ventas y programación a otra estación o que varias estaciones colaboren para brindar dichos servicios.



Por su parte, existen otros instrumentos con información estadística del sector de Radiodifusión como los siguientes:



- Reporte de audiencias total de Nielsen: es un reporte generado por una empresa privada en materia de Radiodifusión con indicadores relevantes para el sector de los Estados Unidos. Estos reportes son trimestrales y bianuales.
- Indicadores generados por *U.S. Bureau of Labor Statistics, BLS* (Oficina Estadística Laboral de los Estados Unidos): son indicadores relacionados con el empleo en el sector de Radiodifusión.¹²

Indicadores

Se identificó que los informes mencionados contienen indicadores de las siguientes temáticas:



Cobertura temática	Número de indicadores
Técnica	2
Audiencia	10
Recursos Humanos	3

¹² Los indicadores provienen de la encuesta mensual de empleo (Current Employment Statistics, CES) elaborada por BLS que recolecta información sobre las estimaciones mensuales de empleo, horas e ingresos para la nación, los estados y las principales áreas metropolitanas.



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Reporte de audiencias total de Nielsen	Técnica	Cobertura de servicios	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de población cubierta por las diversas plataformas de audio Porcentaje de la población con acceso a los tipos de distribución de contenido de televisión 	Fuentes externas (p.ej. Nielsen)
	Audiencia	Medición de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> Tiempo promedio en minutos empleado en algún medio de comunicación por día para adultos mayores de 18 años Tiempo promedio en minutos empleado en algún medio de comunicación por hora del día para adultos mayores de 18 años Porcentaje de tiempo en el que ves televisión y usas otro dispositivo digital al mismo tiempo Porcentaje de tiempo en el que ves televisión y usas otro dispositivo de audio al mismo tiempo Distribución en porcentaje del tiempo total empleado en plataformas de servicios de comunicación Distribución porcentual del tiempo total empleado en plataformas de servicios de comunicación por hora del día 	
		Segmentación poblacional de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> Horas y minutos de uso de radio, TV y otros medios de comunicación por grupo de edad Horas y minutos de uso de radio, TV y otros medios de comunicación por grupo de edad por hora del día Horas y minutos de uso de radio, TV y otros medios de comunicación por grupo étnico Horas y minutos de uso de radio, TV y otros medios de comunicación por grupo étnico por hora del día 	
Oficina de Estadística Laboral de los Estados Unidos (U.S. Bureau of Labor Statistics, BLS)	Recursos Humanos	Empleo	<ul style="list-style-type: none"> Número de empleados por ocupación en el sector de Radiodifusión Salarios por hora y por ocupación en el sector de Radiodifusión Porcentaje de cada ocupación en el sector de Radiodifusión respecto al empleo total 	Encuestas



Características de los **indicadores** y su publicación



Definición de indicadores	Sí	No	Especificaciones
Definición del indicador	✓		La definición está implícita en el nombre del indicador, pero no se identificó un instrumento donde se explique su definición de forma específica.
Fuente de información	✓		Información entregada por los concesionarios. Bases de datos propias y fuentes externas (privados).
Método de cálculo	✓		Nielsen incluye una breve descripción de la metodología en el Reporte de audiencia total. La FCC ha descrito la metodología con la que los concesionarios deberán entregar la información referente a las estaciones de Radiodifusión. La BLS incluye en su página de internet una sección de preguntas frecuentes en la que se puede encontrar información relacionada a la metodología de las encuestas.
Desagregación geográfica		✗	
Desagregación temporal	✓		Mensual, trimestral y anual para distintos indicadores.
Otro tipo de desagregación	✓		Por edad, grupo étnico, día, hora del día y ocupación.
Recolección y tratamiento			
Periodicidad de recolección	✓		Mensuales o anual dependiendo de la información. La FCC establece un periodo de recopilación de información para cada indicador o dato solicitado a los concesionarios. Nielsen realiza el Reporte de audiencias totales con una periodicidad trimestral, sin embargo, no especifica el periodo de recopilación de información. La Oficina de estadística laboral realiza la recopilación de la información con una periodicidad bianual.
Formatos/cuestionarios de recolección	✓		Solo para los indicadores generados por BLS.
Herramienta o plataforma digital para recolección de información	✓		Disponible en el sitio oficial de FCC.
Procedimiento de revisión y validación público	✓		La BLS realiza revisiones periódicas de sus bases de datos para mejorar su calidad.
Difusión			
Documentos/reportes/informes/análisis	✓		Información disponible generada por la BLS.
Bases de datos descargables en formato abierto	✓		Están disponibles para el caso de la información generada por la BLS.
Plataforma de visualización de datos	✓		La BLS cuenta con una plataforma interactiva.



Información general del Sector de **Radiodifusión**

Regulador	<i>Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, CSA (Consejo Superior Audiovisual)</i>
Tipos de concesión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Televisión radiodifundida: <ul style="list-style-type: none"> • De acuerdo con la zona geográfica existen concesiones nacionales, locales y regionales. • Dependiendo de las características de los servicios que se deseen prestar, existen concesiones de televisión gratuita o de pago, generalista o temática, a tiempo completo o a tiempo parcial. 2. Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • FM • Radio digital <p>Estas a su vez se agrupan en distintas categorías según su titularidad (público o privado), su cobertura (local o nacional) y su contenido (temático o generalista), además existe un tipo de licencia especial para aquellas estaciones que son colocadas en autopistas.</p>
Tecnologías de Radiodifusión y esquemas de operación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transmisión digital de Televisión: <ul style="list-style-type: none"> • ATSC 2. Transmisión analógica de Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • FM • AM 3. Transmisión digital de Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • DAB+
Marco normativo y regulatorio del sector de Radiodifusión	<p>En Francia, las características técnicas de las emisiones de señal y de los equipos receptores de televisión digital se encuentran establecidas en el <i>decreto del 24 de diciembre de 2001</i>.</p> <p>Adicionalmente, en la <i>Ley 2009-258</i> se establecen lineamientos y regulación respecto a los servicios públicos de Radiodifusión.</p>
Medición de audiencia y operación	<p>Para las actividades de medición de audiencias el CSA se apoya de otras instituciones especializadas en estas actividades.</p>



Sobre el regulador

El CSA es la autoridad reguladora del sector audiovisual en Francia que tiene como objetivo la regulación económica y tecnológica del mercado audiovisual. Para cumplir con su misión de informar, proteger y regular al sector debe reunir la información pertinente, por lo que realiza la recopilación de información por medio de requerimientos a los proveedores de servicios y haciendo encuestas a los hogares. La recopilación de información la realiza a través de terceros, algunas de las instituciones en las que se apoya la CSA son:

- *Autorité de régulation des communications électroniques et des Postes, ARCEP* (Autoridad de regulación de comunicaciones electrónicas y de correos) que es la encargada de publicar el observatorio de servicios de comunicaciones electrónicas con información obtenida de los operadores.
- *Audiens*: proporciona datos relacionados con la situación laboral, empleo y salarios del sector de Radiodifusión.
- *Kantar Media*: proporciona información relacionada con la inversión de los radiodifusores en asuntos publicitarios.
- *Médiamétrie*: encargada de proporcionar indicadores relativos a la audiencia de los principales medios del sector de Radiodifusión.
- *Instituto de investigación sobre la economía de la publicidad*: proporciona información derivada de una encuesta realizada a las autoridades publicitarias del sector de Radiodifusión.

Información estadística

Se identificaron cuatro fuentes públicas con información estadística sobre el sector de Radiodifusión:



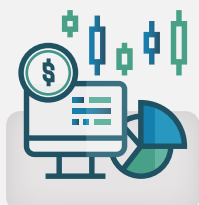
- *Medios y Publicidad en línea, transferencia de valor y nuevas prácticas*: es un informe con relación a los canales de televisión y radio con cobertura en el territorio francés.¹³
- *Observatorio del equipamiento audiovisual*: analiza las tendencias en materia de televisiones y sistemas de recepción en los hogares. Este informe se publica de forma anual desde el 2013.
- *Guía de canales digitales*: es donde se publica la descripción completa de los canales autorizados por la difusión de televisión digital terrestre y televisión restringida. Este informe se publica desde el 2003 de forma anual.
- *Principales cifras de la Televisión gratuita*: en este informe se encuentra la evolución de los contenidos audiovisuales de televisión. Es publicado por el regulador desde el año 2013.

¹³ No se identificó información de la temporalidad de este informe.



Indicadores

Se identificó que los informes mencionados contienen indicadores de las siguientes temáticas:



Cobertura temática	Número de indicadores
Económica	21
Técnica	6
Contenidos	9
Audiencia	3
Recursos Humanos	4

Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Medios y Publicidad en línea: transferencia de valor y nuevas prácticas	Económica	Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> Ingresos totales de inversión en publicidad por tipo de servicio (Televisión y Radio) 	Fuentes externas (p.ej. Audiens, Kantar Media, etc.)
		Gastos	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de la inversión en publicidad por tipo de servicio respecto a las inversiones totales en medios (Televisión y Radio) 	
Observatorio del equipamiento audiovisual	Técnica	Dispositivos de recepción	<ul style="list-style-type: none"> Número promedio de televisores y otros dispositivos audiovisuales por hogar 	Fuentes externas (p.ej. Audiens, Kantar Media, etc.)
		Penetración de servicios	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de hogares equipados con TV según número de personas por hogar, edades, categoría socio-profesional y zona geográfica Porcentaje de hogares según el modo de recepción en el dispositivo principal (televisión digital terrestre, IPTV, satélite) Porcentaje de hogares con varios modos de recepción de la televisión Porcentaje de hogares que cuenta con diversos tipos de dispositivos audiovisuales (televisión tradicional, smart TV, ordenador, tableta, smartphone). 	



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Guía de canales digitales	Económica	Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> Ingresos por publicidad de cadenas gratuitas por cadena y según titularidad (privadas y públicas) Ingresos por publicidad por tipo de cadenas (históricas, gratuitas y de pago) Porcentaje de los ingresos por publicidad por tipo de cadenas (históricas, gratuitas y de pago) Ingresos por publicidad de cadenas gratuitas y de pago por grupo Porcentaje de los ingresos por publicidad por cadena (cadenas gratuitas) Ingresos de las cadenas gratuitas y de pago Ingresos de las cadenas gratuitas y de pago por tipología Ingresos de las cadenas gratuitas y de pago por grupo de operadores Ingresos de las cadenas gratuitas (TV radiodifundida) por cadena (públicas y privadas) Ingresos de las cadenas gratuitas (TV radiodifundida) por cadena y por titularidad 	Fuentes externas (p.ej. Audiens, Kantar Media, etc.)
		Gastos	<ul style="list-style-type: none"> Inversión publicitaria por sector anunciado en Televisión Masa salarial bruta del personal empleado en la TDT Gastos de explotación de las cadenas gratuitas por cadena y según titularidad (privadas y públicas) Gastos de explotación de las cadenas gratuitas por grupo 	
		Ganancias	<ul style="list-style-type: none"> Resultado de explotación y resultado neto de las cadenas gratuitas por cadena y según titularidad (privadas y públicas) Resultado de explotación y resultado neto de las cadenas gratuitas por grupo Resultado de explotación de las cadenas de pago Resultado de explotación de las cadenas de pago por tipología 	
		Participación accionaria	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de participación accionarial por canal 	



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Guía de canales digitales	Técnica	Tecnologías y esquemas de operación	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Red de difusión/distribución por canal 	Fuentes externas (p.ej. Audiens, Kantar Media, etc.)
	Contenidos	Convergencia de contenidos audiovisuales	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de Radiodifusión vía app por canal ▶ Disponibilidad de servicio catch-up TV por canal 	
		Canales y programación ofertada	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Temática por canal ▶ Porcentaje de programas por temática por canal ▶ Público objetivo por canal 	
	Audiencia	Medición de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de horas promedio de ver televisión de la audiencia ▶ Porcentaje de audiencia por tipo de canal (hertzianas históricas, de pago y locales, TDT gratuita, TDT HD) 	
		Segmentación poblacional de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de horas promedio de ver televisión segmentado por franjas de edad 	
	Recursos Humanos	Empleo	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de personas empleadas en la TDT ▶ Número de personas empleadas en la TDT por categoría profesional ▶ Tipo de contrato del personal empleado en la TDT 	
		Perspectiva de género	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de hombres y mujeres empleadas en la TDT 	
Principales cifras de la Televisión gratuita	Contenidos	Canales y programación ofertada	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Distribución de la oferta global según temática por canales ▶ Volumen de horas de programas por temática ▶ Porcentaje de programas por temática 	Fuentes externas (p.ej. Audiens, Kantar Media, etc.)
		Canales y programación ofertada	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Distribución de la oferta ficción global según origen de producción y franja horaria 	



Características de los **indicadores** y su publicación



Definición de indicadores	Sí	No	Especificaciones
Definición del indicador	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	La definición está implícita en el nombre del indicador, pero no se identificó un instrumento donde se explique su definición de forma específica.
Fuente de información	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Fuentes externas.
Método de cálculo	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Desagregación geográfica	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Nacional.
Desagregación temporal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Anual.
Otro tipo de desagregación	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Por edad, sexo y categoría profesional.
Recolección y tratamiento			
Periodicidad de recolección	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Anual.
Formatos/cuestionarios de recolección	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Herramienta o plataforma digital para recolección de información	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Procedimiento de revisión y validación público	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Difusión			
Documentos/reportes/informes/análisis	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Diversos informes en formato PDF.
Bases de datos descargables en formato abierto	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
Plataforma de visualización de datos	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	



Información general del Sector de **Radiodifusión**

Regulador	<i>Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni AGCOM (Autoridad de Garantías de Comunicaciones)</i>
Tipos de concesión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Televisión radiodifundida: <ul style="list-style-type: none"> • Televisión pública • Televisión privada o comercial 2. Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • AM • FM • Radio digital
Tecnologías de Radiodifusión y esquemas de operación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trasmisión digital de Televisión: <ul style="list-style-type: none"> • DVB-T 2. Trasmisión analógica de Radiodifusión Sonora: <ul style="list-style-type: none"> • AM • FM 3. Trasmisión digital de Radiodifusión Sonora: <ul style="list-style-type: none"> • DAB • DAB+
Marco normativo y regulatorio del sector de Radiodifusión	La Radiodifusión en Italia se encuentra regulada por la AGCOM.
Medición de audiencia y operación	La AGCOM también es la encargada de monitorear la medición de audiencias.

Sobre el **regulador**

Dentro de la Ley No. 249 se establece la creación de la AGCOM y con ello una serie de normativas para la regulación y supervisión de las Telecomunicaciones, medios de comunicación (televisión y prensa) y correo postal.

Del mismo modo, la AGCOM tiene facultades para la realización de encuestas con motivos de monitorear el sector de Radiodifusión y realizar la medición de audiencias, así como facultades de supervisión y regulación de aspectos relacionados con publicidad y contenidos.



Información estadística

Se identificaron cuatro fuentes públicas con información estadística sobre el sector de Radiodifusión a cargo del regulador:



- *Informe de mercado de comunicaciones:* realizado por la AGCOM en 2018, se incluyeron datos recopilados sobre los ingresos del sector de Telecomunicaciones y Radiodifusión.
- *Informe sobre el consumo de información:* realizado por la AGCOM, utilizó la información recopilada por medio de una encuesta realizada en 2018 por GfK Italia, una empresa dedicada al análisis de información de mercado y consumo de diversos sectores.
- *Información local en Italia: "El papel del servicio público":* realizado por la AGCOM en 2017, donde proporciona datos sobre la demanda de información y la capacidad del servicio público para responder a dicha demanda.
- *Informe Anual 2017:* realizado por la AGCOM, donde se presentaron resultados sobre el análisis respecto de la evolución de las audiencias y los ingresos del sector de Radiodifusión.

Indicadores

Se identificó que los informes mencionados contienen indicadores de las siguientes temáticas



Cobertura temática	Número de indicadores
Económica	7
Audiencia	19
Técnica	5
Contenidos	3

NOTA: algunos indicadores aparecen en más de un documento, en este caso se contabiliza solo una vez.



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información	
Informe del mercado de comunicaciones de AGCOM	Económica	Ingresos	Monto total de ingresos del sector de Radiodifusión	Bases de datos de la AGCOM	
			<ul style="list-style-type: none"> ▶ Evolución porcentual interanual de ingresos de televisión y radio Total de ingresos en moneda local para televisión y radio 		
	Gastos	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de gasto en publicidad por tipo de servicio (televisión abierta y Radiodifusión sonora) 			
Audiencia	Medición de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de cuota de pantalla de televisión 			
Informe sobre consumo de información de AGCOM	Técnica	Dispositivos de recepción	Porcentaje poblacional de uso de cada tipo de plataforma para acceder a las noticias diarias		Encuesta realizada a una muestra de más de 14,000 personas
			Porcentaje poblacional de uso de cada tipo de plataforma para acceder a las noticias generales/políticas		
			<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje poblacional de uso de cada tipo de plataforma para acceder a las noticias nacional y locales 		
			Porcentaje poblacional de uso de plataformas combinadas para acceder a las noticias generales/políticas		
			Porcentaje poblacional de uso de plataformas combinadas para acceder a la información política		
	Audiencia	Medición de audiencias	Tiempo de consumo por plataforma y franja horaria		
			Número de medios utilizados para acceso a información		
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de medios utilizados para acceso a información en menores Combinación de medios y cadencia de uso 					
Percepción y satisfacción de la audiencia	Percepción y satisfacción de la audiencia	Fiabilidad percibida por plataforma			
		<ul style="list-style-type: none"> ▶ Fiabilidad percibida por plataforma para acceso a información política 			
Segmentación poblacional de audiencias	Segmentación poblacional de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Tiempo de consumo por plataforma y por grupo de edad 			



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Información local en Italia: El papel del servicio público de AGCOM	Técnica	Dispositivos de recepción	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje poblacional de uso de cada tipo de plataforma para acceder a las noticias diarias ▶ Porcentaje poblacional de uso de cada tipo de plataforma para acceder a las noticias ▶ Porcentaje poblacional de uso de cada tipo de plataforma para acceder a las noticias generales/políticas 	Encuesta a una muestra de 14,000 personas, así como bases de datos de la AGCOM
	Contenidos	Canales y programación ofertada	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Clasificación del noticiario regional como fuente de información local 	
	Audiencia	Medición de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Evolución porcentual de la cuota de pantalla de la televisión generalista ▶ Evolución porcentual de la cuota de pantalla de canales de noticieros regionales y nacionales vespertinos ▶ Evolución porcentual de la cuota de pantalla de canales de noticias públicos ▶ Evolución porcentual de la cuota de pantalla de canales de noticias ▶ Evolución porcentual de la cuota de pantalla de canales de noticieros regionales y nacionales nocturnos 	
Informe Anual 2017 de AGCOM	Económica	Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ingresos totales del sector de Radiodifusión ▶ Evolución interanual de ingresos de televisión y radio ▶ Monto total de ingresos del segmento de televisión radiodifundida por licencias, provisiones y publicidad ▶ Monto total de ingresos de televisoras públicas y comerciales desagregado en licencias y publicidad ▶ Monto total de ingresos de radio desagregado en licencias y publicidad 	Bases de datos de la AGCOM
	Contenidos	Canales y programación ofertada	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Tiempo dedicado en noticieros a temas sociales por todos los radiodifusores ▶ Número de horas de noticias en radiodifusores públicos 	
	Audiencia	Medición de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Cuota de mercado de principales canales de televisión nacionales ▶ Audiencia diaria promedio anual de principales estaciones de radio nacionales ▶ Cuota de mercado de principales estaciones de radio nacionales ▶ Cuota de mercado del líder de televisión y de radio ▶ Audiencia diaria promedio anual del líder de mercado de televisión ▶ Audiencia promedio de principales canales de noticias, edición día y tarde 	

Características de los **indicadores** y su publicación



Definición de indicadores	Sí	No	Especificaciones
Definición del indicador	✓		La definición está implícita en el nombre del indicador, pero no se identificó un instrumento donde se explique su definición de forma específica.
Fuente de información	✓		Encuestas y bases de datos.
Método de cálculo	✓		Se publicó un documento metodológico de la encuesta realizada para el Informe sobre el consumo de información.
Desagregación geográfica	✓		Nacional.
Desagregación temporal	✓		Anual.
Otro tipo de desagregación	✓		Por plataforma y edad.
Recolección y tratamiento			
Periodicidad de recolección	✓		La información se recopila anualmente.
Formatos/cuestionarios de recolección		✗	La información es recopilada mediante encuestas, sin embargo, no se identificó que dicho formato fuera público.
Herramienta o plataforma digital para recolección de información		✗	
Procedimiento de revisión y validación público	✓		Se realizó un análisis estadístico de los resultados para validar la información recolectada.
Difusión			
Documentos/reportes/informes/análisis	✓		Se publican reportes en PDF.
Bases de datos descargables en formato abierto		✗	
Plataforma de visualización de datos		✗	



Información general del Sector de **Radiodifusión**

Regulador	<p><i>Ministry of Economy, Trade and Industry, METI (Ministerio de Economía, Comercio e Industria)</i></p> <p><i>Ministry of Internal Affairs and Communications, MIC (Ministerio de Asuntos internos y comunicaciones)</i></p>
Tipos de concesión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Radiodifusión básica: se refiere a los servicios Radiodifusión sonora (AM y FM) y televisión terrestre, transmitidos inalámbricamente. 2. Radiodifusión general: aquellos servicios de Radiodifusión diferentes a Radiodifusión básica, como es el caso de televisión y radio por cable o servicios de Radiodifusión a través de otras tecnologías como la satelital. <p>Adicionalmente, la prestación de servicios de Radiodifusión de carácter público y social se encuentra a cargo de la 'Nippon Hōsō Kyōkai', (Corporación de Radiodifusión de Japón, NHK).</p>
Tecnologías de Radiodifusión y esquemas de operación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transmisión digital de Televisión y Radiodifusión Sonora: <ul style="list-style-type: none"> • La entidad japonesa llamada <i>Association of Radio Industries and Businesses</i> (Asociación de Industrias y Negocios de Radio, ARIB) es la creadora del conjunto de estándares y normas ISDB, el cual incluye estándares para transmisiones digital terrestre, televisión satelital, televisión por cable, así como servicios de radio digital. 2. Transmisión analógica de Radiodifusión Sonora: <ul style="list-style-type: none"> • AM • FM
Marco normativo y regulatorio del sector de Radiodifusión	<p>En Japón el marco regulatorio del sector de Radiodifusión se encuentra establecido en la <i>Ley de Radiodifusión</i>.</p> <p>Adicionalmente, en la <i>Ley de estadística</i> se establecen procesos y requerimientos para la autorización de la aplicación y difusión de encuestas.</p>
Medición de audiencia y operación	<p>La medición de audiencia en Japón se realiza a través de las encuestas bajo la guía y supervisión de la NHK.</p>

Sobre el **regulador**

Para el caso particular de Japón no existe un organismo único que se encargue de la regulación del sector de Radiodifusión, pero existen dos instituciones que participan en la regulación: el METI y MIC, que trabajan en conjunto para monitorear el sector y actuar en beneficios de los intereses de los usuarios y los proveedores de servicios. Adicionalmente otras instituciones como: la NHK y la ARIB contribuyen a la regulación del sector de la Radiodifusión a un nivel técnico.

Información estadística

Se identificaron dos fuentes públicas con información estadística sobre el sector de Radiodifusión:



- Encuesta Básica de la Industria de la Información y Comunicaciones: es una encuesta llevada a cabo por los dos organismos reguladores del sector de Radiodifusión en Japón METI y MIC. Esta encuesta se realiza de forma anual desde 2010 bajo los lineamientos de la Ley de Estadística.
- Indicadores de las encuestas realizadas por la NHK proporciona información sobre el rating, demanda y consumo de contenidos. La información es recopilada por medio de encuestas en formato *Drop off - pick up*.

Indicadores

Se identificó que los informes mencionados contienen indicadores de las siguientes temáticas:



Cobertura temática	Número de indicadores
Económica	6
Contenidos	2
Recursos Humanos	5
Técnica	4
Audiencia	2

Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Encuesta Básica de la Industria de la Información y Comunicaciones del METI y MIC	Económica	Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> Ventas totales en moneda nacional (sector de Radiodifusión y producción de contenido) 	Cuestionarios y requerimientos de información
		Gastos	<ul style="list-style-type: none"> Gastos totales en investigación y desarrollo del sector de Radiodifusión por compañía 	
		Ganancias	<ul style="list-style-type: none"> Ganancias operativas totales (sector de Radiodifusión y producción de contenido) Ganancias ordinarias totales (sector de Radiodifusión y producción de contenido) 	
		Inversión	<ul style="list-style-type: none"> Inversión interna, inversión externa y préstamos del sector de Radiodifusión por compañía 	
		Participación accionaria	<ul style="list-style-type: none"> Número de subsidiarias locales e internacionales a nivel sector y por compañía 	
	Contenidos	Canales y programación ofertada	<ul style="list-style-type: none"> Desagregación porcentual de contenido producido por tipo de contenido 	
Recursos Humanos	Empleo	<ul style="list-style-type: none"> Distribución del sector de Radiodifusión por número de empleados Evolución interanual del número de empleados Evolución interanual del número de empleados regulares Evolución interanual del número de empleados temporales Número de personas contratadas a través de outsourcing 		
Indicadores de las encuestas realizadas por la Corporación de Radiodifusión de Japón de la NHK	Técnica	Frecuencias de espectro utilizadas	<ul style="list-style-type: none"> Frecuencia en la que se consumen diferentes tipos de contenidos audiovisuales 	Encuestas y entrevistas a hogares y usuarios
		Dispositivos de recepción	<ul style="list-style-type: none"> Tipos de equipos receptores de medios audiovisuales y servicios utilizados Tipos de equipos receptores de medios audiovisuales y servicios utilizados por grupo de edad Número de televisores con los que se cuenta en casa 	
	Contenidos	Canales y programación ofertada	<ul style="list-style-type: none"> Tipos de contenido preferidos 	
	Audiencia	Percepción y satisfacción de la audiencia	<ul style="list-style-type: none"> Prioridad de los servicios de contenido audiovisual 	
		Segmentación poblacional de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> Número de horas de visualización de TV a la semana por grupo de edad 	

Características de los **indicadores** y su publicación



Definición de indicadores	Sí	No	Especificaciones
Definición del indicador	✓		La definición está implícita en el nombre del indicador, pero no se identificó un instrumento donde se explique su definición de forma específica.
Fuente de información	✓		Encuestas y entrevistas.
Método de cálculo	✓		Se incluye una breve explicación de la metodología en ambos informes.
Desagregación geográfica	✓		Nacional.
Desagregación temporal	✓		Anual.
Otro tipo de desagregación	✓		Por edad.
Recolección y tratamiento			
Periodicidad de recolección	✓		Anual.
Formatos/cuestionarios de recolección		✗	
Herramienta o plataforma digital para recolección de información	✓		Por medio del sitio web oficial.
Procedimiento de revisión y validación público	✓		El METI realiza una revisión interanual.
Difusión			
Documentos/reportes/informes/análisis	✓		Reportes en formato PDF.
Bases de datos descargables en formato abierto		✗	
Plataforma de visualización de datos		✗	



Información general del Sector de **Radiodifusión**

Regulador	<i>Office of Communications, Ofcom (Oficina de comunicaciones)</i>
Tipos de concesión	<ol style="list-style-type: none">1. Televisión Radiodifundida:<ul style="list-style-type: none">• TDT y servicios digitales• Televisión satelital• Licencia de cobertura local• Licencia RSL2. Radiodifusión sonora:<ul style="list-style-type: none">• AM• FM• Radios comunitarias ciudadanas• Radio digital• Licencia RSL
Tecnologías de Radiodifusión y esquemas de operación	<ol style="list-style-type: none">1. Transmisión digital de televisión:<ul style="list-style-type: none">• DVB-T2. Transmisión analógica de Radiodifusión sonora:<ul style="list-style-type: none">• AM• FM3. Transmisión digital de Radiodifusión sonora:<ul style="list-style-type: none">• DAB+
Marco normativo y regulatorio del sector de Radiodifusión	La Ofcom promulgó en el año 2009 el <i>Código de Radiodifusión</i> en el que se establecieron lineamientos de conducta y estándares relativos a la transmisión de contenidos de radio y televisión.
Medición de audiencia y operación	La medición de audiencias la realiza Ofcom.

Sobre el **regulador**

La Ofcom desde su creación con la *Ley de comunicaciones* en 2003 es la autoridad encargada de regular el sector de Radiodifusión en el Reino Unido con la autoridad de asignar las frecuencias de espectro radioeléctrico y de otorgar las concesiones para prestar los servicios de radio FM y AM, radio digital y televisión radiodifundida, todo esto a través de los lineamientos del Código de Radiodifusión.



Información estadística

La Ofcom publica desde el año 2018 de manera anual el informe *Media Nations* el cual conjuntó la información que antes era divulgada en el reporte *PSB Annual Report* y el reporte *Digital Radio Report*, de los cuales se tiene información desde 2007 y 2010 respectivamente. El informe integra información de distintas fuentes, entre las que destacan:



- *Ofcom's PSB tracker survey* (Encuesta de seguidores de canales de televisión públicos).
- *Ofcom's cross-platform media tracker survey* (Encuesta de seguimiento de medios multiplataforma), con la que recopila información sobre el comportamiento de la audiencia respecto de los estándares y medios de transmisión.

Con relación a la Radiodifusión sonora, el informe contiene datos relativos a la disponibilidad de estaciones de radio en sus diferentes plataformas (AM, FM, DAB, televisión digital e incluso internet), así como información relacionada a la economía del sector de Radiodifusión.

Adicional a esto, también concentra información de dos organismos externos:

- *Broadcasters Audience Research Board* (BARB) que se encarga de recolectar información de audiencias de televisión por medio de encuestas a hogares.
- *Radio Joint Audience Research* (RAJAR) a cargo de medir la audiencia de radio en el mercado británico.

Indicadores

Se identificó que los informes anteriormente mencionados contienen indicadores de las siguientes temáticas:



Cobertura temática	Número de indicadores
Económica	9
Técnica	3
Audiencia	12
Contenidos	3



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Indicadores generados por Ofcom	Económica	Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> Total de ingresos para el sector de Radiodifusión Total de ingresos para el segmento de Radiodifusión sonora según financiación pública o privada Desagregación porcentual de las fuentes de ingresos del sector de Radiodifusión 	Cuestionarios y requerimientos de información
		Gastos	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de gasto en publicidad por tipo de servicio (Televisión abierta y Radiodifusión sonora) Monto total de gasto en moneda local para los principales canales de televisión pública y comercial Gasto total de los principales canales de televisión pública, desagregados por regiones, programación diurna, bajo demanda y género Desagregación porcentual del gasto por género y temática 	
		Inversión	<ul style="list-style-type: none"> Inversión total de los 5 principales canales de televisión pública Total de inversión por género del canal 	
	Técnica	Cobertura de servicios	<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje promedio de hogares y de población que tienen acceso a televisión abierta y Radiodifusión sonora Porcentaje de cobertura de radio digital desagregado por domicilios y carreteras dentro del país 	Encuestas y entrevistas a hogares y usuarios
		Dispositivos de recepción	<ul style="list-style-type: none"> Tipos de dispositivos utilizados para visualización de televisión por rango de edad 	



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Indicadores generados por Ofcom	Audiencia	Medición de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> Horas de producción nacional de los principales canales públicos Horas de producción total y nacional por tipo de contenido Minutos diarios de visualización de televisión abierta y horas semanales de escucha de Radiodifusión sonora Consumo de radio sonora desagregado por la ubicación de escucha (casa, coche, trabajo, etc.) ▶ Minutos de consumo diario de televisión mensualizados Porcentaje de escucha por plataforma Porcentaje de cuota de pantalla de los principales canales públicos Porcentaje de consumo semanal de los principales canales públicos Porcentaje de consumo de diversos tipos de contenidos por género 	Fuentes externas (BARB y RAJAR)
		Percepción y satisfacción de la audiencia	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Valoración de importancia de los propósitos y características de la televisión pública 	
		Segmentación poblacional de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Perfil socioeconómico y por edad de los 20 principales canales de televisión ▶ Minutos de consumo diario de servicios de Radiodifusión desagregados por franjas de edad 	
		Canales y programación ofertada	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de percepción de presencia de contenidos ofensivos desagregados por rango de edad ▶ Porcentaje de motivos de la percepción de presencia de contenidos ofensivos ▶ Porcentaje de valoración de la presencia de sexo, violencia e insultos 	



Características de los **indicadores** y su publicación



Definición de indicadores	Sí	No	Especificaciones
Definición del indicador	✓		La definición está implícita en el nombre del indicador, pero no se identificó un instrumento donde se explique su definición de forma específica.
Fuente de información	✓		La información se recopila de 3 fuentes: información presentada por los propios operadores, bases de datos propias de Ofcom e información proporcionada por RAJAR y BARB.
Método de cálculo	✓		El regulador publica un documento en PDF con la metodología seguida para la elaboración del reporte, incluyendo fuentes de información y definiciones utilizadas en el documento.
Desagregación geográfica	✓		La desagregación se hace a nivel país para cada uno de los miembros del Reino Unido.
Desagregación temporal	✓		Anual.
Otro tipo de desagregación	✓		Por edad y sexo.
Recolección y tratamiento			
Periodicidad de recolección	✓		Anual.
Formatos/cuestionarios de recolección		✗	
Herramienta o plataforma digital para recolección de información		✗	
Procedimiento de revisión y validación público		✗	
Difusión			
Documentos/reportes/informes/análisis	✓		Reportes disponibles en formato PDF.
Bases de datos descargables en formato abierto	✓		Es posible descargar bases de datos en formato CSV.
Plataforma de visualización de datos	✓		Ofcom cuenta con una plataforma interactiva.



Información general del Sector de Radiodifusión

Regulador	Federal Office of Communications, OFCOM (Oficina Federal de Comunicaciones)
Tipos de concesión	<ol style="list-style-type: none"> 1. Televisión radiodifundida y Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • Licencias públicas otorgadas a la 'Schweizerische Rundspruchgesellschaft' o (Asociación de Radiodifusión Suiza, SRG) • Licencias comerciales de radio en otro idioma (inglés) • Licencias comerciales de radio locales y regionales • Licencia commercial de pago • Licencia commercial sin pago • Licencia complementaria de pago • Licencia regional de TV
Tecnologías de Radiodifusión y esquemas de operación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transmisión digital de televisión: <ul style="list-style-type: none"> • DVB-T 2. Transmisión digital de Radiodifusión sonora: <ul style="list-style-type: none"> • DAB, aunque algunas estaciones ya están utilizando el estándar DAB+
Marco normativo y regulatorio del sector de Radiodifusión	Dentro de la <i>Ley federal sobre la radio y la televisión de Suiza</i> , se contempla lo relacionado a la regulación del sector de Radiodifusión, transmisión y recepción, así como aspectos relacionados con la programación.
Medición de audiencia y operación	La medición de audiencias en Suiza la realiza la Oficina de estadística.

Sobre el regulador

La OFCOM que forma parte del *Federal Department of the Environment, Transport, Energy and Communications, DETEC* (Departamento de Medio ambiente, transporte, Energía y Comunicaciones) recopila y publica información estadística sobre el sector de Radiodifusión en materia económica, jurídica y técnica y, también es la encargada de monitorear los medios de comunicación en la población.



Información estadística

Se identificaron dos fuentes públicas con información estadística sobre el sector de Radiodifusión:



- Indicadores de la Oficina de Estadística Nacional: los indicadores se generan a través de encuestas a hogares y posteriormente se publican en informes.
- Indicadores de la OFCOM: estos indicadores se generan a través de la recopilación de información de los radiodifusores, quienes reportan su oferta de programación e información relacionada con avisos publicitarios, datos financieros, entre otros mediante un sistema en línea. Posteriormente, esta información se publica en informes anuales.

Además de lo anterior, para la publicación de informes anuales OFCOM utiliza bases de datos de terceros como:

- *Mediapulse SA*: para información de audiencias
- *European Social Suvery*: para realizar comparaciones sobre el uso de medios en Europa
- Autoridad independiente de revisión de reclamaciones de radio y televisión: para la recolección de quejas y reclamaciones en el sector de Radiodifusión

Indicadores

Se identificó que los informes mencionados contienen indicadores de las siguientes temáticas:



Cobertura temática	Número de indicadores
Económica	8
Contenidos	14
Audiencia	11
Regulación	4
Recursos Humanos	4
Técnica	2



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Indicadores de la Oficina de Estadística Nacional	Económica	Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Ingresos de financiamiento de televisión y radio por tipo de entidad ▶ Ingresos de financiamiento de televisión y radio ▶ Ingresos de subvenciones federales en el sector de los medios 	Cuestionarios y requerimientos de información
		Gastos	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Gasto mensual por hogar en medios ▶ Gasto mensual por hogar en contenidos y servicios de televisión y radio ▶ Gasto total anual de los hogares en contenidos y servicios de televisión y radio ▶ Gasto mensual por hogar en televisores y aparatos de radio y audio ▶ Gasto total anual de los hogares en televisores y aparatos de radio y audio 	Encuestas y entrevistas a hogares y usuarios
	Contenidos	Canales y programación ofertada	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Horas de los programas de radio por temática ▶ Horas de los programas de televisión por temática 	Cuestionarios y requerimientos de información
	Audiencia	Medición de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de minutos dedicados a la televisión y la radio ▶ Porcentaje de audiencia por región de las principales emisoras de radio ▶ Porcentaje de audiencia por región de las principales emisoras de televisión 	Fuentes externas (p.ej. Mediapulse SA , European Social Survey)
		Segmentación poblacional de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Minutos por día dedicados a la radio por región, edad y género ▶ Minutos por día dedicados a la televisión desagregados por región, edad y género 	
	Regulación	Quejas	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de reclamaciones interpuestas contra programas de TV y radio con relación al contenido del programa editorial o a la denegación de acceso por emisor ▶ Números de decisiones favorables/desfavorables a la reclamación interpuesta (violación de la ley) ▶ Números de decisiones del regulador desagregados por modalidad de resolución 	
	Recursos Humanos	Perspectiva de género	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de personas activas ocupadas en el sector de Radiodifusión por género y por región ▶ Número de personas activas vinculadas con el sector de medios desagregados por género y por región ▶ Número de personas activas no vinculadas con el sector de medios desagregados por género y por región ▶ Número de personas activas ocupadas en el sector de medios por actividad profesional, región y género 	



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Indicadores de OFCOM	Técnica	Penetración de servicios	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de personas según uso de dispositivos para accesos a medios desagregados por edad ▶ Porcentaje de personas según uso de dispositivos para accesos a medios por edad (televisión, ordenador, tableta, etc.) 	Encuestas y entrevistas a hogares y usuarios
	Contenidos	Canales y programación ofertada	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de horas diarias dedicadas a primeras emisiones, a radiodifusión, anuncios de programas o publicidad 	
		Canales y programación ofertada	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Desagregación porcentual de programas por temática por canal ▶ Desagregación porcentual de programas por temática por canal en prime time ▶ Desagregación porcentual del formato de los programas periodísticos por canal ▶ Desagregación porcentual del formato de los programas de entretenimiento por canal ▶ Desagregación porcentual de los temas tratados en los programas periodísticos por canal ▶ Desagregación porcentual de los temas tratados en los programas informativos por canal ▶ Desagregación porcentual de la actualidad de los temas tratados en los programas informativos por canal ▶ Porcentaje de referencias regionales en la temática del canal ▶ Desagregación porcentual del estilo musical por estación de radio ▶ Desagregación porcentual de la fuente política por estación de radio ▶ Desagregación porcentual del idioma utilizado por canal 	Cuestionarios y requerimientos de información
	Audiencia	Medición de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de frecuencia de uso de los medios 	Fuentes externas (p.ej. Mediapulse SA , European Social Survey)
		Percepción y satisfacción de la audiencia	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Valoración de percepción de motivos de satisfacción de los usuarios con los servicios (profesionalidad, satisfacción, contenido de la información, etc.) ▶ Valoración de percepción de motivos de satisfacción de los usuarios con los servicios (profesionalidad, satisfacción, contenido de la información, etc.) desagregados por región ▶ Valoración de la satisfacción general con la oferta mediática por canal ▶ Porcentaje de influencia de los medios en la formación de opinión de los usuarios, desagregados por región ▶ Porcentaje de influencia de los grupos mediáticos en la formación de opinión de los usuarios, desagregados por región, género y edad 	
	Regulación	Condiciones competitivas del mercado	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de influencia de los grupos mediáticos del poder de mercado en la formación de opinión de los usuarios, desagregados por región, género y edad 	



Características de los **indicadores** y su publicación



Definición de indicadores	Sí	No	Especificaciones
Definición del indicador	✓		La definición está implícita en el nombre del indicador, pero no se identificó un instrumento donde se explique su definición de forma específica.
Fuente de información	✓		Encuestas realizadas a los hogares. Entrega de información por parte de los radiodifusores. Bases de datos de terceros.
Método de cálculo		✗	
Desagregación geográfica	✓		Los indicadores presentan una desagregación geográfica en función de las 4 regiones suizas (región alemana, región francesa, región italiana y región romanche).
Desagregación temporal	✓		Anual.
Otro tipo de desagregación	✓		Por edad y sexo.
Recolección y tratamiento			
Periodicidad de recolección	✓		Anual.
Formatos/cuestionarios de recolección		✗	
Herramienta o plataforma digital para recolección de información.	✓		OFCOM cuenta con una plataforma web para la recolección de información de los radiodifusores.
Procedimiento de revisión y validación público		✗	
Difusión			
Documentos/reportes/informes/análisis	✓		Informes en formato PDF y en formato Excel.
Bases de datos descargables en formato abierto		✗	
Plataforma de visualización de datos	✓		Disponible en la página web del regulador OFCOM.



Información general del Sector de Radiodifusión

Regulador	<p><i>La Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu BTK (Autoridad de Tecnologías de la Información y la Comunicación) es la encargada de la regulación e inspección de las telecomunicaciones</i></p> <p><i>El Radyo ve Televizyon Üst Kurulu RTÜK (Consejo Supremo de Radio y Televisión) es el encargado de supervisar, regular y sancionar las transmisiones de radio y televisión</i></p>
Tipos de concesión	<p>1. Televisión Radiodifundida y Radiodifusión sonora:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nacionales • Regionales • Locales
Tecnologías de Radiodifusión y esquemas de operación	<p>1. Transmisión digital de Televisión:</p> <ul style="list-style-type: none"> • DVB-T2 <p>2. Transmisión digital de Radiodifusión sonora:</p> <ul style="list-style-type: none"> • DAB+
Marco normativo y regulatorio del sector de Radiodifusión	<p>La norma que regula el sector de Radiodifusión en Turquía es la Ley No. 6112. En ella se especifican las obligaciones administrativas, financieras y técnicas de los proveedores de servicios de radio y televisión, y se definen los tipos de concesiones para prestar dichos servicios.</p>
Medición de audiencia y operación	<p>La medición de audiencias las realiza tanto el regulador RTÜK, como la Oficina de estadística nacional (TURKSTAT).</p>

Sobre el regulador

El RTÜK publica informes anuales y algunas investigaciones con datos recopilados a través de encuestas periódicas y no periódicas. Dichos informes e investigaciones incluyen información sobre tendencias de radio y televisión, el uso del idioma turco en la Radiodifusión, etc.

Por otro lado, la TURKSTAT también realiza la recopilación de datos referentes al sector de Radiodifusión los cuales son usados por el RTÜK y también son publicados directamente en su sitio de internet.



Información estadística



El RTÜK realiza la recopilación de información de forma remota a través de un sistema telemático puesto a disposición en su sitio web. Asimismo, obtiene información para la elaboración de sus estadísticas a partir de encuestas e información propia. Esta información se recopila con una periodicidad anual y ocho meses después es publicada.

Para la publicación de la información, se utilizan tres métodos: el primero es a través de un comunicado de prensa con el nombre de Estadísticas de las instituciones de radio y televisión; el segundo a través de publicaciones en papel que cubren intervalos de tiempo definidos con los resultados del análisis (p.ej. 1995-2001, etc.) y el último es a través de plataformas electrónicas, como es el sitio web de TURKSTAT.

Indicadores

Se identificó que los informes mencionados contienen indicadores de las siguientes temáticas:



Cobertura temática	Número de indicadores
Económica	24
Técnica	11
Contenidos	7
Audiencia	21
Regulación	7
Publicidad	1
Recursos Humanos	4



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Página de internet del RTÜK	Económica	Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de ingresos en publicidad en los medios (TV, radio, prensa, etc.) ▶ Ingresos en publicidad en los medios y relación con PIB ▶ Desagregación porcentual de los ingresos publicitarios entre radio y televisión ▶ Porcentaje de ingresos en publicidad en los medios según su ámbito geográfico (Nacional, regional y local) ▶ Desagregación porcentual de ingresos de la TV por ámbito geográfico (Nacional, regional y local) ▶ Desagregación porcentual de ingresos de radio por ámbito geográfico (Nacional, regional y local) 	
	Técnica	Dispositivos de recepción	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de personas según preferencia por tipo televisores (pantallas inteligentes, TV tradicional) ▶ Porcentaje según uso de pantallas inteligentes ▶ Porcentaje de dispositivos utilizados para ver TV Radiodifundida (televisión tradicional, ordenador, tableta, <i>smartphone</i>) ▶ Porcentaje de dispositivos utilizados para ver televisión según género y edad ▶ Porcentaje según dispositivo preferidos para ver Televisión Radiodifundida (televisión tradicional, ordenador, tableta, <i>smartphone</i>) ▶ Porcentaje según dispositivo preferidos para ver televisión difundida según género y edad 	
		Estaciones	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de radiodifusores terrestres por ámbito geográfico (Nacional, regional y local) 	
		Penetración de servicios	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de hogares equipados con TV 	
	Contenidos	Canales y programación ofertada	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Preferencia porcentual de los canales ▶ Porcentaje de programas más molestos 	
	Audiencia	Medición de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Promedio de horas dedicadas a la visualización de televisión ▶ Porcentaje de consumo de TV por franjas horarias ▶ Promedio de días por mes de consumo de TV por tipo de programa ▶ Audiencia por canal de TV ▶ Porcentaje de consumo de TV por franjas de tiempo entre semana y en fin de semana 	



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Página de internet del RTÜK	Audiencia	Percepción y satisfacción de la audiencia	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de críticas según su clasificación (discriminatorio, moralidad, lenguaje) y tipo de programa ▶ Porcentaje según modos de actuación frente a programas/publicidad molesta ▶ Porcentaje según el medio en el que más se confía estar informado (TV, radio, prensa, internet, etc.) ▶ Porcentaje según los motivos para ver programas difundidos (información, programas favoritos, etc.) ▶ Porcentaje según los motivos para ver programas difundidos por edad y género ▶ Porcentaje según los motivos para no ver programas difundidos (contenidos, falta de tiempo, preferencia por otros dispositivos, etc.) ▶ Porcentaje según motivos para ver la TV difundida (hábito, calidad visionado, visionado en familia, etc.) 	
		Segmentación poblacional de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Promedio de horas dedicadas a la visualización de televisión desagregados por género ▶ Promedio de horas dedicadas a la visualización de televisión desagregados por nivel social ▶ Promedio de días por mes de consumo de TV por tipo de programa desagregados por género (femenino y masculino) y edad ▶ Porcentaje de consumo de TV por franjas horarias según género y edad ▶ Porcentaje de consumo de TV por franjas horarias según actividad profesional y nivel de educación 	
	Regulación	Percepción regulatoria	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Porcentaje de sanciones por incumplimiento de la legislación 	
		Quejas	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de quejas de la audiencia recibidas por diversos formatos (teléfono, web, email) por tipo de programa ▶ Número de quejas de la audiencia en función del tipo de contenido inadecuado (violencia social, sexualidad, moralidad, etc.) 	
Página de internet de la TURKSTAT	Económica	Ganancias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Valor agregado del sector de Radiodifusión 	
		Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Volumen total de facturación del sector de Radiodifusión ▶ Ingresos comerciales de los operadores ▶ Ingresos del top 10 de operadores de televisión radiodifundida ▶ Ingresos del top 10 de operadores de radio 	
		Gastos	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Costo de personal ▶ Sueldos y salarios ▶ Compras de bienes y servicios ▶ Volumen total de producción del sector de Radiodifusión 	



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Página de internet de la TURKSTAT	Económica	Inversión	<ul style="list-style-type: none"> Inversión total del sector de Radiodifusión Inversión total en bienes tangibles Inversión total en terrenos Inversión total en edificios y estructura Inversión total en construcción y modificación de edificios Inversión total en equipo Inversión total en bienes intangibles Inversión total en software computacional Inversión total en derechos (concesiones, patentes, licencias, marcas, etc.) 	
	Técnica	Dispositivos de recepción	<ul style="list-style-type: none"> Número de Smart TV por hogar Número de televisores clásicas por hogar (sin conexión a internet) Número de radios por hogar 	
	Contenidos	Canales y programación ofertada	<ul style="list-style-type: none"> Canal de TV favorito Programa favorito o tipo de contenido Tiempo total de Radiodifusión por tipo de programa Contenido o programa más perturbador Número de canales de programación por tema 	
	Publicidad	Tipos de espacios disponibles para publicidad	<ul style="list-style-type: none"> Desagregación de la publicidad por tipo de medio 	



Fuente	Cobertura temática	Subtema	Indicador	Origen de la información
Página de internet de la TURKSTAT	Audiencia	Medición de audiencias	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Consumo diario promedio de televisión ▶ Rating de los canales de programación 	
		Percepción y satisfacción de la audiencia	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Principales propósitos de ver televisión ▶ Principales motivos para no ver televisión 	
Página de internet de la TURKSTAT	Regulación	Condiciones de competencia	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de operadores de Radiodifusión 	
		Percepción regulatoria	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Conocimiento de las inspecciones de RTÜK 	
		Quejas	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de quejas ▶ Número de penalizaciones 	
	Recursos Humanos	Empleo	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de personas empleadas en el sector¹⁴ ▶ Número de empleados asalariados 	
		Perspectiva de género	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Número de empleados masculinos ▶ Número de empleadas femeninas 	

¹⁴ Incluye a todas las personas que laboran en el sector de Radiodifusión, incluyendo aquellas personas que no reciben un salario.



Características de los **indicadores** y su publicación



Definición de indicadores	Sí	No	Especificaciones
Definición del indicador	✓		La definición está implícita en el nombre del indicador, pero no se identificó un instrumento donde se explique su definición de forma específica.
Fuente de información	✓		Los operadores son quienes proporcionan la información mediante una plataforma analítica.
Método de cálculo		✗	
Desagregación geográfica	✓		Algunos indicadores cuentan con desagregación a nivel de ciudad.
Desagregación temporal	✓		Anual.
Otro tipo de desagregación	✓		Por edad, nivel educativo, género y por tipo de dispositivos.
Recolección y tratamiento			
Periodicidad de recolección	✓		Mensualmente por RTÜK y anualmente por TURKSTAT.
Formatos/cuestionarios de recolección		✗	
Herramienta o plataforma digital para recolección de información	✓		La recopilación de información se hace a través de un sistema informático.
Procedimiento de revisión y validación público		✗	TURKSTAT en sus informes indica que se realiza un proceso de validación de información, pero no se identificó el detalle de dicho proceso.
Difusión			
Documentos/reportes/informes/análisis	✓		Tanto RTÜK como TURKSTAT publican reportes en PDF.
Bases de datos descargables en formato abierto		✗	
Plataforma de visualización de datos		✗	



GLOSARIO

4K:	Aquellos formatos de imagen y video que se encuentran alrededor de los 4000 pixeles de resolución horizontal, suponiendo una mejora en resolución y calidad cuatro veces mayor a las definiciones HD.
ABS:	Oficina de estadística australiana (<i>Australian Bureau of Statistics</i> , por sus siglas en inglés ABS).
ACMA:	Autoridad Australiana de Comunicaciones y Medios (<i>Australian Communications and Media Authority</i> , por sus siglas en inglés ACMA).
AEPR:	Agente Económico Preponderante en Radiodifusión.
AGCOM:	Autoridad de Garantías de Comunicaciones (<i>Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni</i> , por sus siglas en italiano AGCOM).
AM:	Modulación de Amplitud (<i>Amplitude Modulation</i> , por sus siglas en inglés AM).
ANATEL:	Agencia Nacional de Telecomunicaciones.
ANTV:	Autoridad Nacional de Televisión.
ARCEP:	Autoridad de Regulación de Comunicaciones Electrónicas y de Correos (<i>Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes</i> , por sus siglas en francés ARCEP).
ARIB:	Asociación de Industrias y Negocios de Radio (<i>Association of Radio Industries and Businesses</i> , por sus siglas en inglés ARIB).
ATSC:	Trasmisión Digital Vía Terrestre, Cable o Satelital, (<i>Advanced Television Systems Committee</i> , por sus siglas en inglés ATSC).

BAKOM:	Oficina Federal de Comunicaciones (<i>Bundesamt für Kommunikation</i> , por sus siglas en alemán BAKOM).
BARB:	Organización dedicada a la medición de audiencia y rating televisivo en Reino Unido (<i>Broadcasters Audience Research Board</i> , por sus siglas en inglés BARB).
BIT:	Banco de Información de Telecomunicaciones.
BLS:	Oficina Estadística Laboral de los Estados Unidos (<i>U.S. Bureau of Labor Statistics</i> , por sus siglas en inglés BLS).
BTK:	Autoridad de Tecnologías de la Información y la Comunicación en Turquía (<i>Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu</i> , por sus siglas en turco BTK).
CEPAL:	Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
CES:	Encuesta Mensual de Empleo (<i>Current Employment Statistics</i> , por sus siglas en inglés CES).
CFR:	Código de Regulaciones Federales (<i>Code of Federal Regulations</i> , por sus siglas en inglés CFR).
CGPE:	Coordinación General de Planeación Estratégica.
CNMC:	Comisión Nacional de Mercados y Competencia.
CNTV:	Consejo Nacional de Televisión.
CREMA:	Acrónimo para Claro, Relevante, Económico, Monitoreable y Aporte marginal.
CRTC:	Comisión Canadiense de Radio-Televisión y Telecomunicaciones (<i>Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission</i> , por sus siglas en inglés CRTC).

CSA:	Consejo Superior Audiovisual (<i>Conseil Supérieur de l'Audiovisuel</i> , por sus siglas en francés CSA).
CSV:	Documento en formato abierto simple para representar datos en formato de tabla (<i>Comma-Separated Values</i> , por sus siglas en inglés CVS).
DAB o DAB+ :	Radiodifusión Sonora Digital (Digital Audio Broadcasting, por sus siglas en inglés DAB).
DANE:	Departamento Administrativo Nacional de Estadística.
DCS:	Sistema de Recolección de datos (Data Collection System, por sus siglas en inglés DCS).
DETEC:	Departamento Federal de Medio ambiente, transporte, Energía y Comunicaciones (<i>Federal Department of the Environment, Transport, Energy and Communications</i> , por sus siglas en inglés DETEC).
DMB:	Es una tecnología de transmisión digital de audio, video y datos (<i>Digital Multimedia Broadcasting</i> , por sus siglas en inglés DMB).
DSCOM:	Datos del Sector de Comunicaciones, (<i>Dados do Setor de Comunicações</i> , por sus siglas en portugués).
DVB-T:	Difusión de Video Digital-Terrestre (<i>Digital Video Broadcasting - Terrestrial</i> , por sus siglas en inglés DVB-T).
EAS:	Encuesta de Actividades Económicas.
ECC:	Encuesta de Consumo Cultural.
ENACOM:	Ente Nacional de Comunicaciones.
ENAH0:	Encuesta Nacional de Hogares.
ENC:	Encuesta Nacional de Cultura.
ENCCA:	Encuesta Nacional de Contenidos Audiovisuales.

ENTIC:	Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la información y la Comunicación.
EPH:	Encuesta Permanente de Hogares.
FCC:	Comisión Federal de Comunicaciones (<i>Federal Communications Commission</i> , por sus siglas en inglés FCC).
FM:	Modulación de Frecuencia (<i>Frequency Modulation</i> , por sus siglas en inglés FM).
GfK Italia:	Empresa privada de origen italiano especializada en la realización de investigaciones de mercado y comportamientos de consumo (<i>Growth from Knowledge</i> , por sus siglas en inglés GfK).
HD:	Alta definición (<i>High Definition</i> , por sus siglas en inglés HD).
HDTV:	Televisión de alta definición (<i>High Definition Television</i> , por sus siglas en inglés HDTV).
IBGE:	Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (<i>Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística</i> , por sus siglas en portugués IBGE).
IBOC:	Canal dentro de banda (<i>In-band On-Channel</i> , por sus siglas en inglés IBOC) es un sistema de <i>broadcasting</i> digital desarrollado por <i>Ibiquity Digital Corporation</i> , cuyo nombre hace referencia a la característica de operar en el mismo canal y de manera simultánea que la señal analógica de Radiodifusión sonora (AM y FM).
IFT:	Instituto Federal de Telecomunicaciones.
IHH:	Índice Herfinahl-Hirschmann.
INDEC:	Instituto Nacional de Estadística y Censos.
INEC:	Instituto Nacional de Estadística y Censos.

INPI:	Instituto Nacional de Pueblos Indígenas.
IP:	Protocolo de comunicaciones entre computadoras o envío de información en internet (<i>Internet Protocol</i> , por sus siglas en inglés IP).
IPTV:	Televisión por Protocolo de Internet (<i>Internet Protocol Television</i> , por sus siglas en inglés IPTV).
ISDB-T o ISDB-Tb:	Radiodifusión Digital de Servicios Integrados Terrestres (<i>Integrated Services Digital Broadcasting - Terrestrial</i> , por sus siglas en inglés ISDB-T). Es un grupo de estándares para servicios de Radiodifusión digital desarrollado en Japón, dentro del cual se incluyen estándares para televisión digital y estándares para Radiodifusión sonora.
ISED:	Departamento del gobierno canadiense dedicado a mejorar las condiciones de inversión, innovación, comercio y competencia económica en Canadá (<i>Innovation, Science, and Economic Development Canada</i> , por sus siglas en inglés ISED).
KCC:	Comisión Coreana de Comunicaciones (<i>Korea Communications Commission</i> , por sus siglas en inglés KCC).
LCD:	Termino empleado para referirse a pantallas o monitores de cristal líquido (<i>Liquid Crystal Display</i> , por sus siglas en inglés LCD).
LED:	Diodo Emisor de Luz empleado en computadores, paneles, pantallas, etc. (<i>Light-emitting diode</i> , por sus siglas en inglés LED).
MCTIC:	Ministerio de Ciencia, Tecnología, Innovación y Comunicación.
METI:	Ministerio de Economía, Comercio e Industria (<i>Ministry of Economy, Trade and Industry</i> , por sus siglas en inglés METI).

MIC:	Ministerio de Asuntos Internos y Comunicaciones (<i>Ministry of Internal Affairs and Communications</i> , por sus siglas en inglés MIC).
NHK:	Corporación de Radiodifusión de Japón (日本放送協会, <i>Nippon Hōsō Kyōkai</i> , por sus siglas en japonés NHK).
Ofcom:	Oficina de comunicaciones (<i>Office of Communications</i> , por sus siglas en inglés Ofcom).
PABF:	Programa Anual de Uso y Aprovechamiento de Bandas de Frecuencias.
PC:	Computadora Personal (Personal Computer, por sus siglas en inglés PC).
PDF:	Formato de Documento Portátil (<i>Portable Document Format</i> , por sus siglas en inglés PDF).
PIB:	Producto Interno Bruto.
RAJAR:	Organismo oficial encargado de la medición de audiencia de Radiodifusión sonora en Reino Unido (<i>Radio Joint Audience Research</i> , por sus siglas en inglés RAJAR).
RSL:	Es una licencia para prestar servicios de radio o televisión de forma restringida; otorgada en el Reino Unido para dar servicio a alguna comunidad en específico o para cubrir algún evento especial (<i>Restricted Service Licence</i> , por sus siglas en inglés RSL).
RTÜK:	Consejo Supremo de Radio y Televisión de Turquía (<i>Radyo ve Televizyon Üst Kurulu</i> , por sus siglas en turco RTÜK).
S-DMB:	Es la versión de transmisión Satelital del estándar DMB (<i>Satellite-Digital Multimedia Broadcasting</i> , por sus siglas en inglés S-DMB).
SRG:	Asociación de Radiodifusión Suiza (<i>Schweizerische Rundspruchgesellschaft</i> , por sus siglas en alemán SRG).

SRS:	Servicio de Radiodifusión Sonora.
STR:	Servicio de Televisión Radiodifundida.
SUBTEL:	Subsecretaría de telecomunicaciones.
SUTEL:	Superintendencia de Telecomunicaciones.
T-DMB:	Es la versión Terrestre del estándar DMB (<i>Terrestrial Digital Media Broadcasting</i> , por sus siglas en inglés T-DMB).
TDT:	Televisión Digital Terrestre.
TURKSTAT:	Instituto de Estadística de Turquía (<i>Turkish Statistical Institute</i> , por sus siglas en inglés TURKSTAT).

TV:	Televisión.
TXT:	Archivo de texto simple (<i>Text</i> , por sus siglas en inglés TXT).
VHF:	Término empleado para referirse a la banda de frecuencias del espectro radioeléctrico que ocupa el rango de 30 MHz a 300 MHz (<i>Very High Frequency</i> , por sus siglas en inglés VHF).
XLS:	Formato de archivo Microsoft Excel.



ALEMANIA



- Die Medienanstalten. (2018). *Digitalisierungsbericht Audio 2018*, [Informe de Digitalización 2018: Audio]. Recuperado de:
<https://www.die-medienanstalten.de/publikationen/digitalisierungsbericht-audio/digitalisierungsbericht-audio-2018>
- Die Medienanstalten. (2018). *Vielfaltsbericht der Medienanstalten 2018*, [Informe de diversidad de las empresas de medios 2018]. Recuperado de:
https://www.die-medienanstalten.de/publikationen/vielfaltsbericht?tx_news_pi1%5Bnews%5D=4675&cHash=aad3f4a6e77a962077aa055d1b04c7bc
- Die Medienanstalten. (2018). *Digitalisierungsbericht Video 2018*, [Informe de Digitalización 2018: Vídeo]. Recuperado de:
<https://www.die-medienanstalten.de/publikationen/digitalisierungsbericht-video/digitalisierungsbericht-video-2018>
- Die Medienanstalten. (2020). *Digitalisierungsbericht Audio 2020*, [Informe de Digitalización 2020: Audio]. Recuperado de:
<https://www.die-medienanstalten.de/publikationen/digitalisierungsbericht-audio/digitalisierungsbericht-audio-2020>
- Die Medienanstalten. (2020). *Vielfaltsbericht der Medienanstalten 2020*, [Informe de Diversidad de las empresas de medios 2020]. Recuperado de:
https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Themen/Forschung/Medienvielfaltsmonitor/Vielfaltsbericht_MVM.pdf
- Die Medienanstalten. (2020). *Digitalisierungsbericht Video 2020*, [Informe de Digitalización 2020: Vídeo]. Recuperado de:
<https://www.die-medienanstalten.de/publikationen/digitalisierungsbericht-video/digitalisierungsbericht-2020>
- Die Medienanstalten. (2020). Recuperado de:
<https://www.die-medienanstalten.de/>



ARGENTINA



- Instituto Nacional de Estadística y Censos, INDEC. (2015). *Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (ENTIC)*. Recuperado de: https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/entic_10_15.pdf
- Ente Nacional de Comunicaciones, ENACOM. (2018). *Indicadores: Mercado TIC, Postal y Audiovisual*. Recuperado de: https://www.enacom.gov.ar/multimedia/noticias/archivos/201807/archivo_20180710031416_2775.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, INDEC. (2019). *Base de datos*. Recuperado de: <https://sitioanterior.indec.gov.ar/bases-de-datos.asp>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, INDEC. (2019). *Tecnologías de Información y Comunicación*. Recuperado de: <https://www.indec.gov.ar/indec/web/Nivel4-Tema-4-26-71>
- Ente Nacional de Comunicaciones, ENACOM. (2020). Recuperado de: <https://www.enacom.gov.ar/>

AUSTRALIA



- Australian Bureau of Statistics, (2014). *Information Media and Telecommunications Services* [Servicios de telecomunicaciones y medios de información]. Recuperado de: <http://www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/0/4177B59603527529CA257E70001BE9E6?Opendocument>
- Australian Communications and Media Authority, ACMA. (2017). *Communications report 2016-2017*, [Informe de comunicaciones 2016-2017]. Recuperado de: <https://www.acma.gov.au/publications/2017-09/report/communications-report-2016-17>
- Australian Communications and Media Authority, ACMA. (2019). *Communications report 2018-2019*, [Informe de comunicaciones 2018-2019]. Recuperado de: <https://www.acma.gov.au/sites/default/files/2020-04/Communications%20report%202018-19.pdf>
- Australian Communications and Media Authority, ACMA. (2019). *Communications report 2018-2019*, [Informe de comunicaciones 2018-2019]. Recuperado de: <https://www.acma.gov.au/publications/2020-02/report/communications-report-2018-19>



- Australian Bureau of Statistics, (2020). *Database* [Descarga de base de datos]. Recuperado de:
<http://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/DetailsPage/8681.02013-14/#Data>
- Australian Bureau of Statistics, (2020). *Economic Activity Survey (EAS)*, [Encuesta de Actividad Económica]. Recuperado de:
<https://www.abs.gov.au/websitedbs/d3310114.nsf/home/survey+participant+information++economic+activity+survey>
- Australian Bureau of Statistics, (2020). *Technology and Innovation*, [Tecnología e Innovación]. Recuperado de:
<https://www.abs.gov.au/statistics/industry/technology-and-innovation>
- Australian Communications and Media Authority, ACMA. (2020). Recuperado de:
<https://www.acma.gov.au/>

BRASIL



- Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, MCTIC. (2018). *Dados do Setor de Comunicações, (DSCOM)* [Datos del Sector de Comunicaciones]. Recuperado de:
<http://dados.gov.br/dataset/dscom>
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE. (2019). *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua*, [Encuesta Nacional de Hogares por Muestra Contínua - PNAD Contínua]. Recuperado de:
<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?edicao=23205&t=o-que-e>
- Agência Nacional de Telecomunicações, ANATEL. (2020). Recuperado de:
<https://www.gov.br/anatel/pt-br/>



CANADÁ



- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, CRTC. (2017). *The 2017 Communications Monitoring Report*, [Informe de seguimiento de las comunicaciones 2017]. Recuperado de:
<https://crtc.gc.ca/eng/publications/reports/policymonitoring/2017/index.htm>
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, CRTC. (2019). *Communications Monitoring Report 2019*, [Informe de seguimiento de las comunicaciones 2019]. Recuperado de:
<https://crtc.gc.ca/pubs/cmr2019-en.pdf>
- Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, CRTC. (2020). Recuperado de:
<https://crtc.gc.ca/eng/home-accueil.htm>

CHILE



- Secretaria de Telecomunicaciones, SUBTEL. (2018). *Estadísticas Históricas*. Recuperado de:
<https://www.subtel.gob.cl/estudios-y-estadisticas/estadisticas-historicas/>
- Consejo Nacional de Televisión, CNTV. (2019). *Encuesta Nacional de Televisión 2017*. Recuperado de:
<https://www.cntv.cl/estudios-y-estadisticas/encuesta-nacional-de-television/>
- Secretaria de Telecomunicaciones, SUBTEL. (2020). *Informes Sectoriales*. Recuperado de:
<https://www.subtel.gob.cl/estudios-y-estadisticas/informes-sectoriales-anuales/>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL. (2011). *Formulación de programas con la metodología de marco lógico*. Recuperado de:
https://www.cepal.org/ilpes/publicaciones/xml/0/43220/SM_N68_Formulacion_prog_metodologia_ML.pdf
- Secretaria de Telecomunicaciones, SUBTEL. (2020). Recuperado de:
<https://www.subtel.gob.cl/>



COLOMBIA



- Universidad de Antioquia y la Autoridad Nacional de Televisión, ANTV. (2018) *Estudio de Audiencias de Televisión Pública en Colombia*.
- Universidad Nacional de Colombia. (2016). *Documento de Diagnóstico Integral del Estado Actual del Servicio Público de la Televisión en Colombia (abierta y cerrada) y de sus Proyecciones*.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE. (2019). *Encuesta Anual de Servicios (EAS)*. Recuperado de:
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios/encuesta-anual-de-servicios-eas>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE. (2019). *Encuesta de Consumo Cultural (ECC)*. Recuperado de:
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/consumo-cultural>
- Ministerio de Tecnología de la Información y las Comunicaciones, MinTic. (2020). Recuperado de:
<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/>

COREA DEL SUR



- Korea Communications Commission, (2019). Recuperado de:
<https://kcc.go.kr/user.do>
- Korea Communications Commission, (2020). *About KCC*, [Acerca de la KCC]. Recuperado de:
<https://eng.kcc.go.kr/user.do?page=E01010100&dc=E01010100>
- Korea Communications Commission, (2020). *Publications: Find Periodicals including reports and annual reports published by KCC*, [Publicaciones: Encuentre publicaciones periódicas, incluidos informes e informes anuales publicados por KCC]. Recuperado de:
<https://eng.kcc.go.kr/user.do?page=E02020000&dc=E02020000&boardId=1053&ctx=&cp=2&searchKey=ALL&searchVal=>



COSTA RICA



- Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC. (2017). *Encuesta Nacional de Cultura 2016, Principales resultados*. Recuperado de:
<https://www.inec.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/reenc2016-27092017.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC. (2018). *Encuesta Nacional de Hogares: Base de datos*. Recuperado de:
<https://www.inec.cr/encuestas/encuesta-nacional-de-hogares>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC. (2018). *Encuesta Nacional de Hogares, julio 2018: Cuestionario a Hogares*. Recuperado de:
https://www.inec.go.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/_mecuesthogarenaho2018.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC. (2018). *Encuesta Nacional de Hogares, julio 2018: Resultados Generales*. Recuperado de:
<https://www.inec.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/enaho-2018.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC. (2019). *Encuesta Nacional de Cultura*. Recuperada de:
https://www.inec.cr/social/cultura?keys=television&shs_term_node_tid_depth=All&field_periodo_tid=All&field_anio_documento_value%5Bvalue%5D%5Bdate%5D
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC. (2019). *Encuesta Nacional de Hogares 2019*. Recuperado de:
<http://sistemas.inec.cr:8080/bininec/RpWebEngine.exe/Portal?BASE=ENAH02019&lang=esp>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC. (2020). *Encuesta Nacional de Hogares (ENAH0): Histórica*. Recuperado de:
<https://www.inec.cr/content/encuesta-nacional-de-hogares-enaho>
- Superintendencia de Telecomunicaciones, SUTEL. (2020). *¿Qué hacemos?* Recuperado de:
<https://sutel.go.cr/pagina/que-hacemos-0>
- Superintendencia de Telecomunicaciones, SUTEL. (2020). *Ley General de Telecomunicaciones*. Recuperado de:
https://www.sutel.go.cr/sites/default/files/normativas/ley_general_de_telecomunicaciones.pdf
- Superintendencia de Telecomunicaciones, SUTEL. (2020). Recuperado de:
<https://sutel.go.cr/>



ESPAÑA



- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, CNMC. (2019). *Datos Estadísticos, CNMCDATA*. Recuperado de: <http://data.cnmc.es/datagraph/>
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, CNMC. (2019). *Informes Sectoriales de Telecomunicaciones y Audiovisual*. Recuperado de: https://www.cnmc.es/listado/sucesos_audiovisual_otros_informes_sectoriales/block/250
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, CNMC. (2020). Recuperado de: <https://www.cnmc.es/>

EUA



- Nielsen. (2018). *The Nielsen Total Audience Report: Q2 2018*, [Informe de Audiencia Total de Nielsen: Segundo Trimestre de 2018]. Recuperado de: <https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2018/q2-2018-total-audience-report/>
- Federal Communications Commission, FCC. (2019). *For New Visitors: Finding Broadcast Radio and Television Information on the FCC Website* [Para visitantes nuevos: búsqueda de información de transmisión de radio y televisión en el sitio web de la FCC]. Recuperado de: <https://www.fcc.gov/media/radio/new-visitors#MB>
- Federal Communications Commission, FCC. (2019). *Public Inspection Files*, [Archivos de Inspección Pública]. Recuperado de: <https://publicfiles.fcc.gov/>
- National Association of Broadcasters, NAB. (2019). Recuperado de: <https://www.nab.org/default.asp>
- U.S. Bureau of Labor Statistics (2019). *Occupational Employment Statistics*, [Estadísticas de Empleo Ocupacional]. Recuperado de: https://www.bls.gov/oes/current/naics4_515100.htm
- Federal Communications Commission, FCC. (2020). *What we do*, [Qué hacemos]. Recuperado de: <https://www.fcc.gov/about-fcc/what-we-do>



- U.S. Bureau of Labor Statistics (2020). *Bureau of Labor Statistics*, [Oficina de Estadísticas Laborales]. Recuperado de:
<https://data.bls.gov/cgi-bin/surveymost>
- U.S. Bureau of Labor Statistics(2020). *Current Employment Statistics - CES(National): Report Forms*, [Estadísticas Actuales de Empleo (Nacional). Formularios de informe]. Recuperado de:
<https://www.bls.gov/ces/report-forms/home.htm>
- U.S. Bureau of Labor Statistics(2020). *Current Employment Statistics - CES(National): frequently Asked Questions*, [Estadísticas Actuales de Empleo (Nacional): Preguntas Frecuentes]. Recuperado de:
<https://www.bls.gov/web/empsit/cesfaq.htm#DataCollection>
- U.S. Bureau of Labor Statistics (2020). *Employment and Average hourly earnings by industry*, [Empleo e ingresos medios por hora por industria]. Recuperado de:
<https://www.bls.gov/charts/employment-situation/employment-and-average-hourly-earnings-by-industry-bubble.htm>
- Federal Communications Commission, FCC. (2020). Recuperado de:
<https://www.fcc.gov/>

FRANCIA



- Conseil Supérieur de L'Audiovisuel, CSA (2017). *Les chiffres clés 2017 de la télévision gratuite - Partie diffusion*, [Cifras clave 2017 de la televisión en abierto - Sección retransmisiones]. Recuperado de:
<https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Panorama-Toutes-les-etudes-liees-a-l-ecosysteme-audiovisuel/Les-chiffres-cles/Les-chiffres-cles-2017-de-la-television-gratuite-Partie-diffusion>
- Conseil Supérieur de L'Audiovisuel, CSA (2018). *Guide des chaînes numériques 2018*, [Guía de canales digitales 2018]. Recuperado de:
<https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Panorama-Toutes-les-etudes-liees-a-l-ecosysteme-audiovisuel/Le-guide-des-chaines-numeriques/Guide-des-chaines-numeriques-2018>



- Conseil Supérieur de L'Audiovisuel, CSA (2018). *Les observatoires de l'équipement audiovisuel*, [Observatorios de equipos audiovisuales]. Recuperado de: <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Panorama-Toutes-les-etudes-liees-a-l-ecosysteme-audiovisuel/Les-observatoires-de-l-equipement-audiovisuel>
- Conseil Supérieur de L'Audiovisuel, CSA (2018). *Médias et Publicités en ligne - 2018: Transfert de valeur et nouvelles pratiques*, [Publicidad y medios online - 2018: Transferencia de valor y nuevas prácticas]. Recuperado de: <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Thema-Toutes-les-etudes-realisees-ou-co-realisees-par-le-CSA-sur-des-themes-specifiques/Les-etudes-corealisees-avec-le-CSA/Medias-et-Publicites-en-ligne-2018-Transfert-de-valeur-et-nouvelles-pratiques>
- Conseil Supérieur de L'Audiovisuel, CSA (2020). *Qu'est-ce que le CSA?* [¿Qué es la CSA?]. Recuperado de: <https://www.csa.fr/Informer/Qu-est-ce-que-le-CSA>
- Conseil Supérieur de L'Audiovisuel, CSA (2020). Recuperado de: <https://www.csa.fr/>

ITALIA



- Autorità per le garanzie nelle Comunicazioni, AGCOM. (2018). *2017 Annual Report on the activity performed and work programmes*, [Informe anual 2017 de la actividad desarrollada y programas de trabajo]. Recuperado de: https://www.agcom.it/documentazione/documento?p_p_auth=fLw7zRht&p_p_id=101_INSTANCE_Fn0w5IV0IXoE&p_p_lifecycle=0&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&_101_INSTANCE_Fn0w5IV0IXoE_struts_action=%2Fasset_publisher%2Fview_content&_101_INSTANCE_Fn0w5IV0IXoE_assetEntryId=8188041&_101_INSTANCE_Fn0w5IV0IXoE_type=document
- Autorità per le garanzie nelle Comunicazioni, AGCOM. (2018). *Communication Markets Monitoring System*, [Sistema de Seguimiento de los Mercados de Comunicación]. Recuperado de: <https://www.agcom.it/documents/10179/11373550/Allegato+2-10-2018/39d9736f-c3c3-4958-810e-42a60bc5b7ea?version=1.0>



- Autorità per le garanzie nelle Comunicazioni, AGCOM. (2018). *L'informazione locale in Italia: il ruolo del servizio pubblico*, [Información local en Italia: el papel del servicio público]. Recuperado de:
https://www.agcom.it/documentazione/documento?p_p_auth=fLw7zRht&p_p_id=101_INSTANCE_Fn0w5IV0IXoE&p_p_lifecycle=0&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&_101_INSTANCE_Fn0w5IV0IXoE_struts_action=%2Fasset_publisher%2Fview_content&_101_INSTANCE_Fn0w5IV0IXoE_assetEntryId=8188041&_101_INSTANCE_Fn0w5IV0IXoE_type=document
- Autorità per le garanzie nelle Comunicazioni, AGCOM. (2018). *Rapporto sul consumo di informazione*, [Informe sobre consumo de información]. Recuperado de:
https://www.agcom.it/documentazione/documento?p_p_auth=fLw7zRht&p_p_id=101_INSTANCE_Fn0w5IV0IXoE&p_p_lifecycle=0&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&_101_INSTANCE_Fn0w5IV0IXoE_struts_action=%2Fasset_publisher%2Fview_content&_101_INSTANCE_Fn0w5IV0IXoE_assetEntryId=9629991&_101_INSTANCE_Fn0w5IV0IXoE_type=document
- Autorità per le garanzie nelle Comunicazioni, AGCOM. (2020). Recuperado de:
<https://www.agcom.it/>

JAPÓN



- Kimura N., Sekine C. y Namiki M. (2015). *Television Viewing and Media Use today: From "The Japanese and Television 2015" Survey*, [Visualización de televisión y uso de los medios en la actualidad: de la encuesta "Japón y la televisión 2015"]. Recuperado de:
https://www.nhk.or.jp/bunken/english/reports/pdf/report_16042101.pdf
- Ministry of Economy, Trade and Industry, METI. (2017). *2017 Basic Survey on the Information and Communications Industry*, [Encuesta básica 2017 sobre la industria de la información y las comunicaciones]. Recuperado de:
<https://www.meti.go.jp/english/statistics/tyo/joho/pdf/2017joho.pdf>
- Ministry of Internal Affairs and Communications, MIC. (2020). Recuperado de:
<https://www.soumu.go.jp/english/>



REINO UNIDO



- UK Legislation. (2003). *Communications Act 2003*, [Ley de comunicaciones de 2003]. Recuperado de:
<https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/contents>
- Office of Communications, Ofcom. (2018). *Media Nations: Interactive Report 2018*, [Nociones de Medios: Reporte Interactivo 2018]. Recuperado de:
<https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/tv-radio-and-on-demand/media-nations-reports/media-nations-2018/interactive-report>
- Office of Communications, Ofcom. (2018). *Media Nations: UK 2018*, [Nociones de Medios: Reino Unido 2018]. Recuperado de:
https://www.ofcom.org.uk/___data/assets/pdf_file/0014/116006/media-nations-2018-uk.pdf
- Broadcasters' Audience Research Board, BARB. (2019). *BARB Explained: How we collect device-based census data*, [BARB explicado: cómo recopilamos datos censales basados en dispositivos]. Recuperado de:
<https://www.barb.co.uk/barb-explained/barb-explained-how-we-collect-device-based-census-data/>
- Office of Communications, Ofcom. (2019). *Communications Market Report*, [Informe del mercado de las comunicaciones]. Recuperado de:
<https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/multi-sector-research/cmr>
- Office of Communications, Ofcom. (2019). *The Communications Market 2019*, [El Mercado de las Comunicaciones 2019]. Recuperado de:
<https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/multi-sector-research/cmr/cmr-2019>
- Radio Joint Audience Research, RAJAR. (2019). *The RAJAR research service*, [Servicio de Investigación de RAJAR]. Recuperado de:
https://www.rajar.co.uk/content.php?page=about_process
- Office of Communications, Ofcom. (2020). *Communications Market Reports*, [Informes del Mercado de Comunicaciones]. Recuperado de:
<https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/multi-sector-research/cmr>
- Office of Communications, Ofcom. (2020). *Digital Radio Reports*, [Informes de Radio Digital]. Recuperado de:
<https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/tv-radio-and-on-demand/radio-research/digital-radio-reports>
- Office of Communications, Ofcom. (2020). *Media Nations Reports*, [Informes de Medios Nacionales]. Recuperado de:
<https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/tv-radio-and-on-demand/media-nations-reports>



- Office of Communications, Ofcom. (2020). Media Nations 2020, [Medios Nacionales 2020]. Recuperado de:
<https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/tv-radio-and-on-demand/media-nations-reports/media-nations-2020>
- Office of Communications, Ofcom. (2020). *Public Service Broadcasting (PSB)*, [Servicio Público de Radiodifusión]. Recuperado de:
<https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/public-service-broadcasting>
- Office of Communications, Ofcom. (2020). Recuperado de:
<https://www.ofcom.org.uk/home>

SUIZA



- Schweizerische Eidgenossenschaft (2019). *Bundesamt für Kommunikation, BAKOM* [Oficina Federal de Comunicaciones]. Recuperado de:
<https://www.bakom.admin.ch/bakom/en/homepage/telecommunication/facts-and-figures.html>
- Schweizerische Eidgenossenschaft. (2019). *Medienangebot und -nutzung*, [Suministro y uso de medios]. Recuperado de:
<https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/medien/medienangebot-nutzung.html>
- Schweizerische Eidgenossenschaft. (2019). *Medienökonomische Aspekte*, [Aspectos económicos de los medios]. Recuperado de:
<https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/medien/medienoekonomische-aspekte.html>
- Schweizerische Eidgenossenschaft. (2019). *Tableaux*, [Tablas]. Recuperado de:
https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/catalogues-banques-donnees/tableaux.html?dyn_prodima=900051%2C901208&dyn_publishingyearend=2019
- Schweizerische Eidgenossenschaft. (2019). *Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI)*, [Autoridad Independiente de Quejas para Radio y Televisión]. Recuperado de:
<https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/medien/medienrechtliche/ubi.html>
- Bundesamt für Kommunikation, BAKOM. (2020). Recuperado de:
<https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home.html>



TURQUÍA



- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, RTÜK. (2014). *Radyo ve Televizyon Yayinciliği Sektör Raporu 2014*, [Informe del Sector de Radio y Televisión 2014]. Recuperado de: <https://www.ratem.org/ratem-sektor-raporlari>
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, RTÜK. (2018). *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması (2018)*, [Investigación sobre tendencias de visualización de televisión (2018)]. Recuperado de: https://www.rtuk.gov.tr/televizyon_izleme_egilimleri_arastirmasi_2018/335
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, RTÜK. (2020). Recuperado de: <https://www.btk.gov.tr/>

 **ift** INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES



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

