



Consulta Pública sobre licitación de canales de televisión

Unidad de Sistemas de Radio y Televisión
Diciembre 21, 2011

Introducción

- En el marco de la discusión sobre la realización de licitaciones de canales de televisión radiodifundida, el 5 de octubre de 2011, el Pleno de la Comisión instruyó a la Unidad de Sistemas de Radio y Televisión (USRT) a realizar una consulta pública sobre el tema, con carácter no vinculante.
- La USRT instrumentó la consulta con apoyo de Coordinación General de Organización y Tecnologías de la Información y Unidad de Prospectiva y Regulación. Para ello, también fue circulada una propuesta entre los comisionados, algunos de los cuales enviaron sus comentarios.
- Junto con la consulta se distribuyó un “Documento de Referencia”, a efecto de que los interesados contaran con información básica sobre el tema.

Temas de la Consulta Pública

Reactivo	Tema
1	Suficiencia de oferta de TV abierta;
2	Suficiencia de mercado publicitario para nuevas empresas;
3	Suficiencia de canales de distribución para contenidos independientes;
4	Pertinencia de licitaciones de TV abierta ante cambios tecnológicos;
5	Viabilidad financiera de una “cadena” de televisión digital;
6	Número de “cadenas” que deberían licitarse;
7	Restricciones al número de cadenas que un mismo oferente pudiera obtener;
8	Dimensión geográfica (regional o nacional);
9	Criterios para determinar regiones, si fuera el caso;
10	Promoción y acceso a productores independientes, como criterio de evaluación;
11	Contraprestación en especie (decodificadores);
12	Compartición de infraestructura de transmisión;
13	Naturaleza del participante, y
14	Comentarios adicionales

Resultados

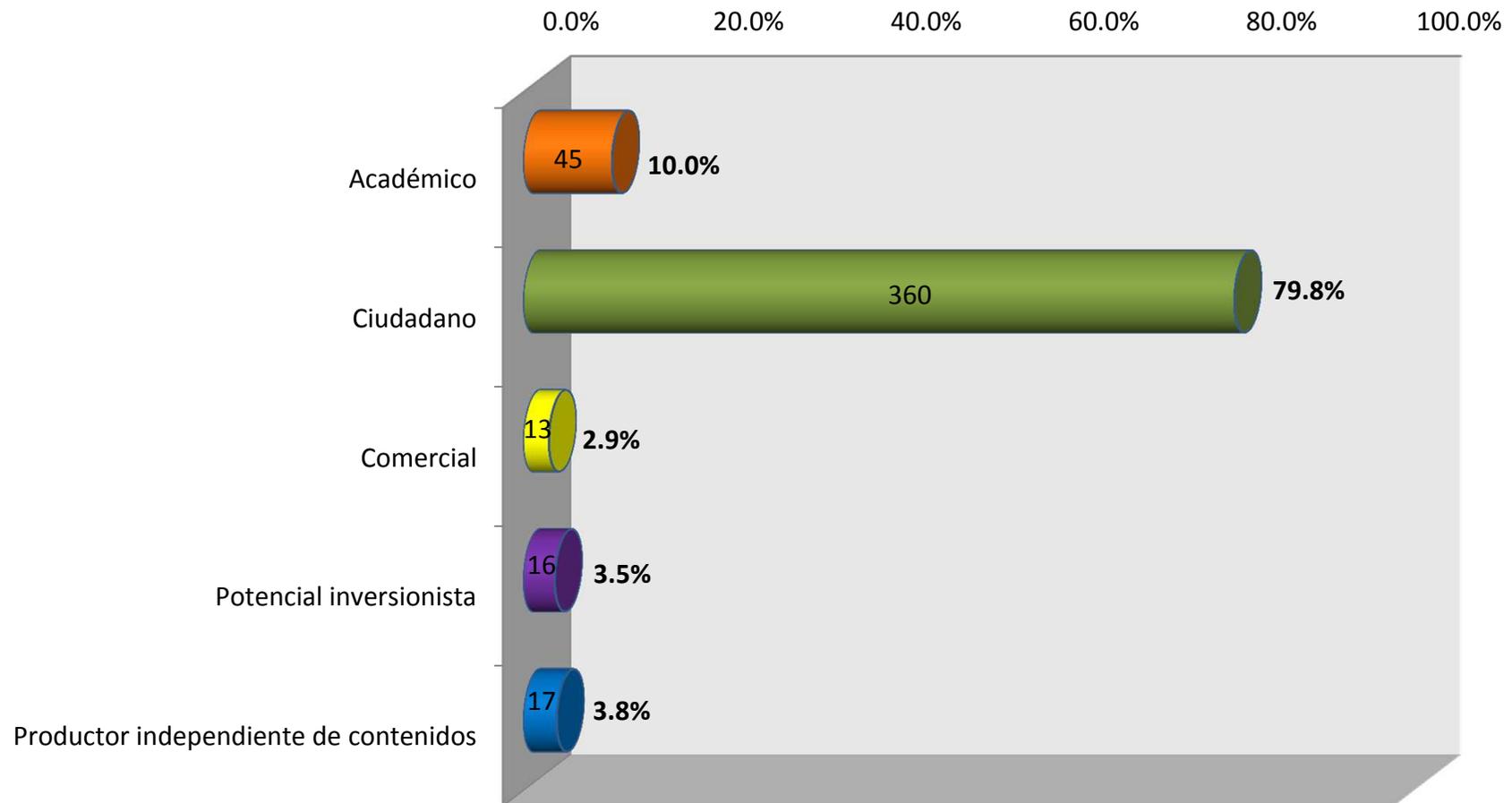
- La consulta se dividió en dos momentos:
 - Registro de interesados: del 14 al 22 de noviembre.
 - Llenado de cuestionarios: del 23 de noviembre al 7 de diciembre.
- La consulta fue difundida en medios de comunicación, en particular radio y medios impresos, así como redes sociales.
- En cuanto a los resultados de las distintas etapas:
 - **1130 personas** manifestaron interés en participar
 - **887 registros** validados telefónicamente y por correo electrónico
 - **451 cuestionarios** fueron recibidos, procesados y validados*

* Originalmente fueron recibidos 460 cuestionarios. 9 tuvieron defectos, como presentar información incompleta

Sectores que opinaron

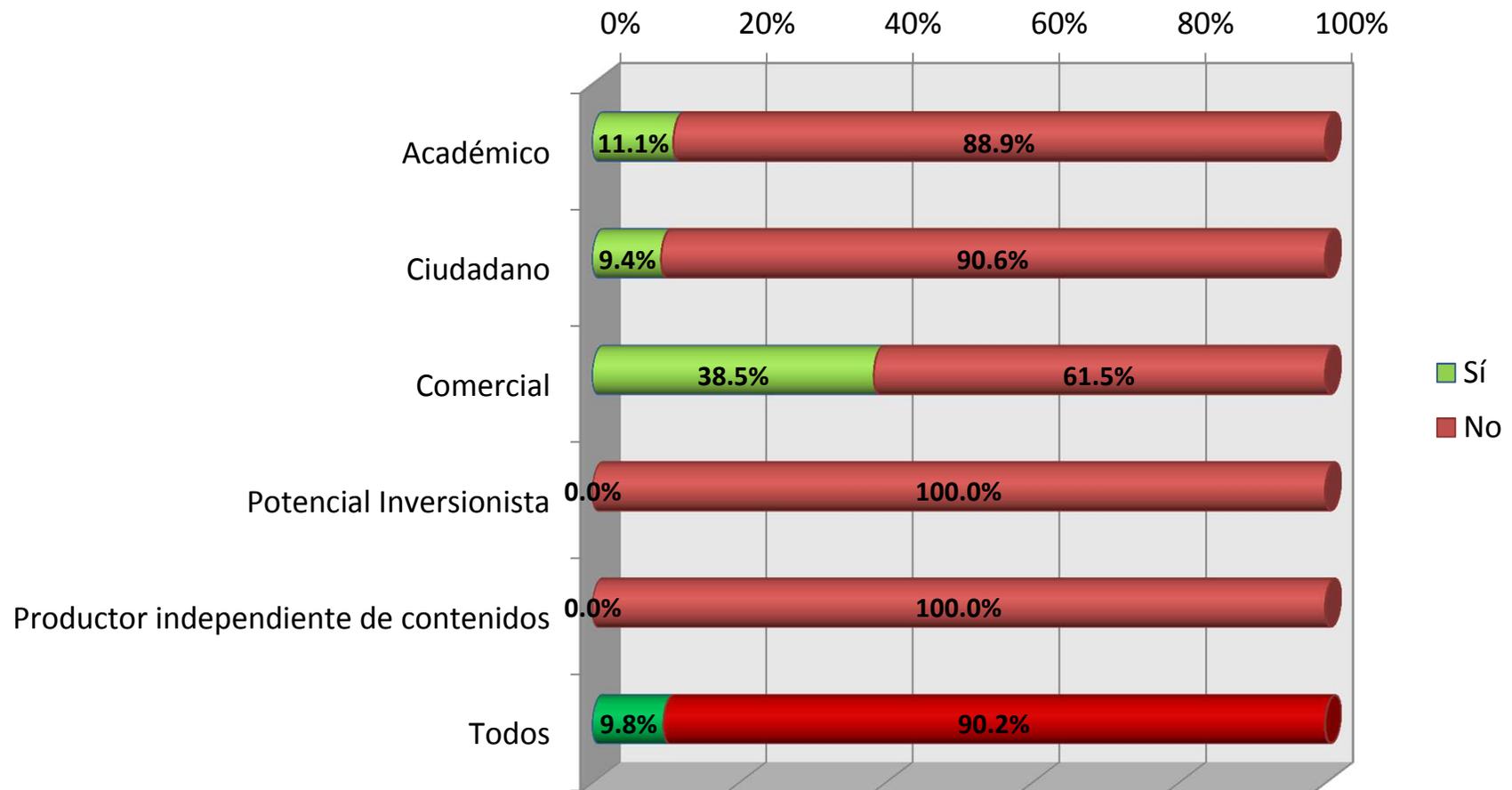
- Los datos de sector fueron dados por los participantes.
- Los sectores se conformaron de la siguiente manera:
 - **Académico:** Docentes y estudiantes de licenciatura o posgrado, peritos y abogados.
 - **Ciudadano:** Asociaciones relacionadas con la radiodifusión y telecomunicaciones, proveedores de la industria, peritos, asesores, abogados, comerciantes, profesionistas independientes, estudiantes, amas de casa, consumidores, empleados
 - **Comercial:** Concesionarios de radiodifusión, personas relacionadas con la televisión, profesionistas.
 - **Potencial inversionista:** Concesionarios de radiodifusión y telecomunicaciones, consultores y empresas asociadas a la televisión.
 - **Productor independiente:** Productores en medios audiovisuales, periodistas, profesionales de telecomunicaciones

Sectores que opinaron

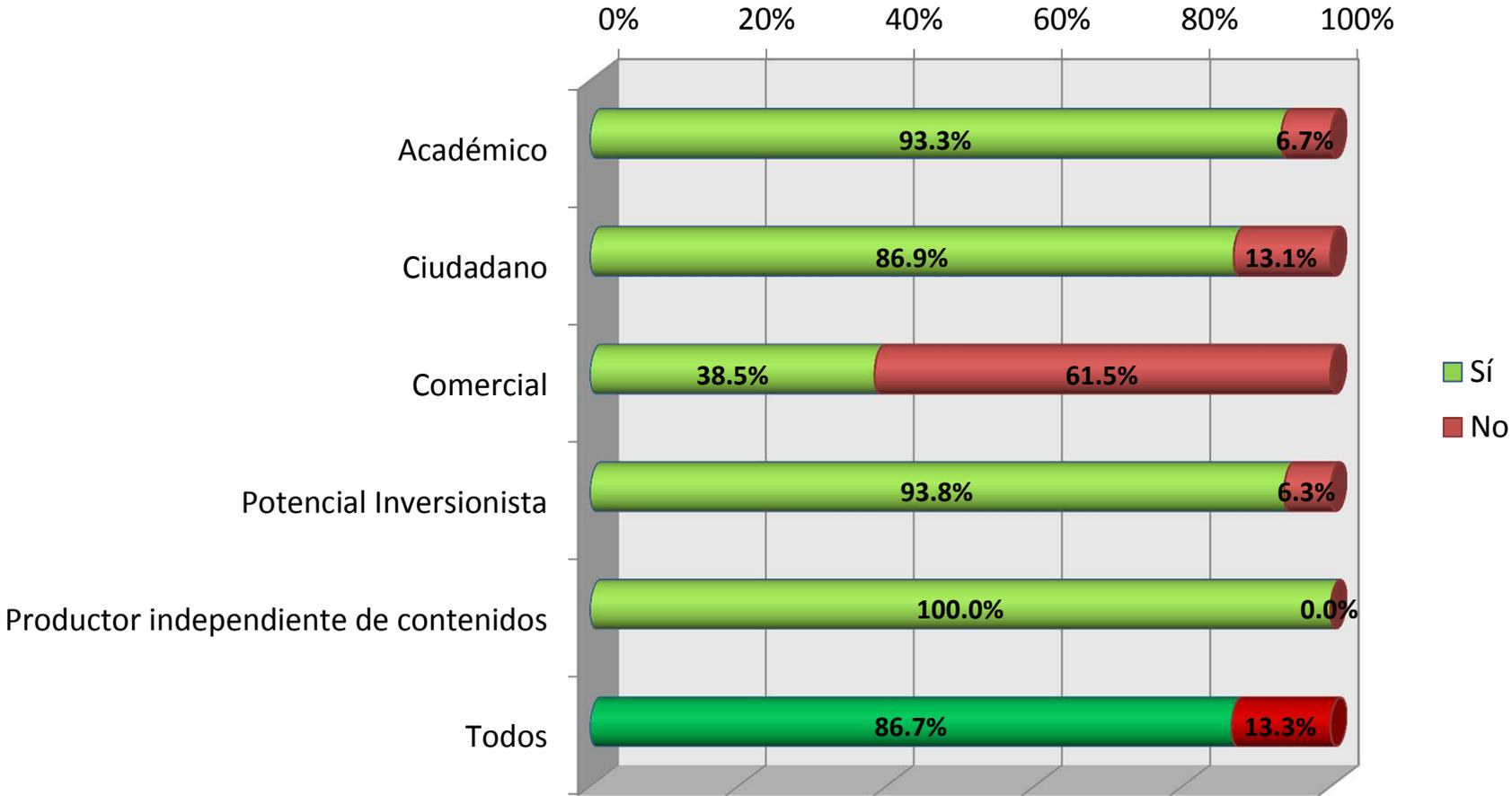


Nota: Información que se desprende de la pregunta 13, se reportan el número de respuestas y sus porcentajes en la consulta

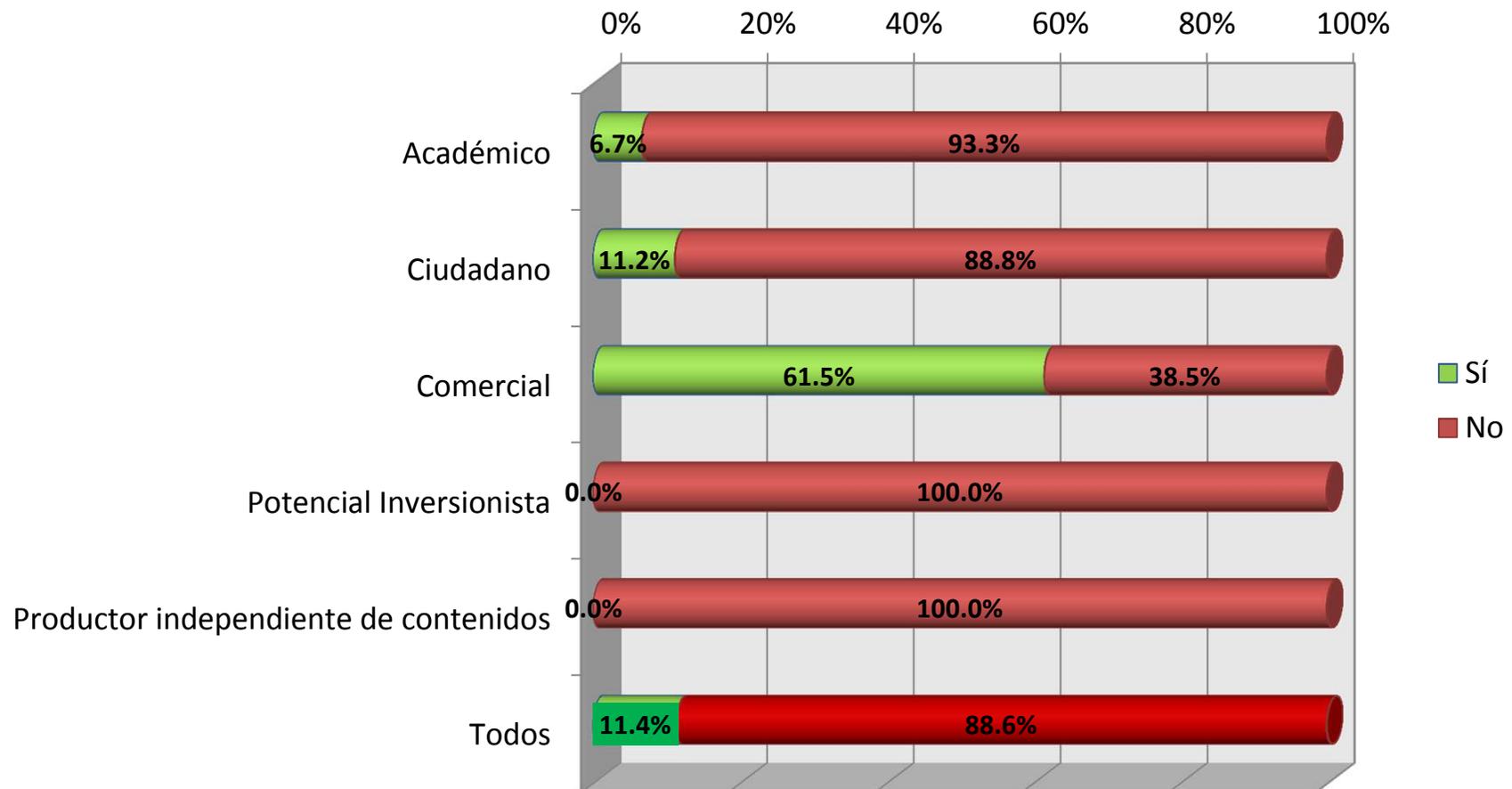
1.- ¿Considera que la oferta en México de televisión abierta es suficiente?



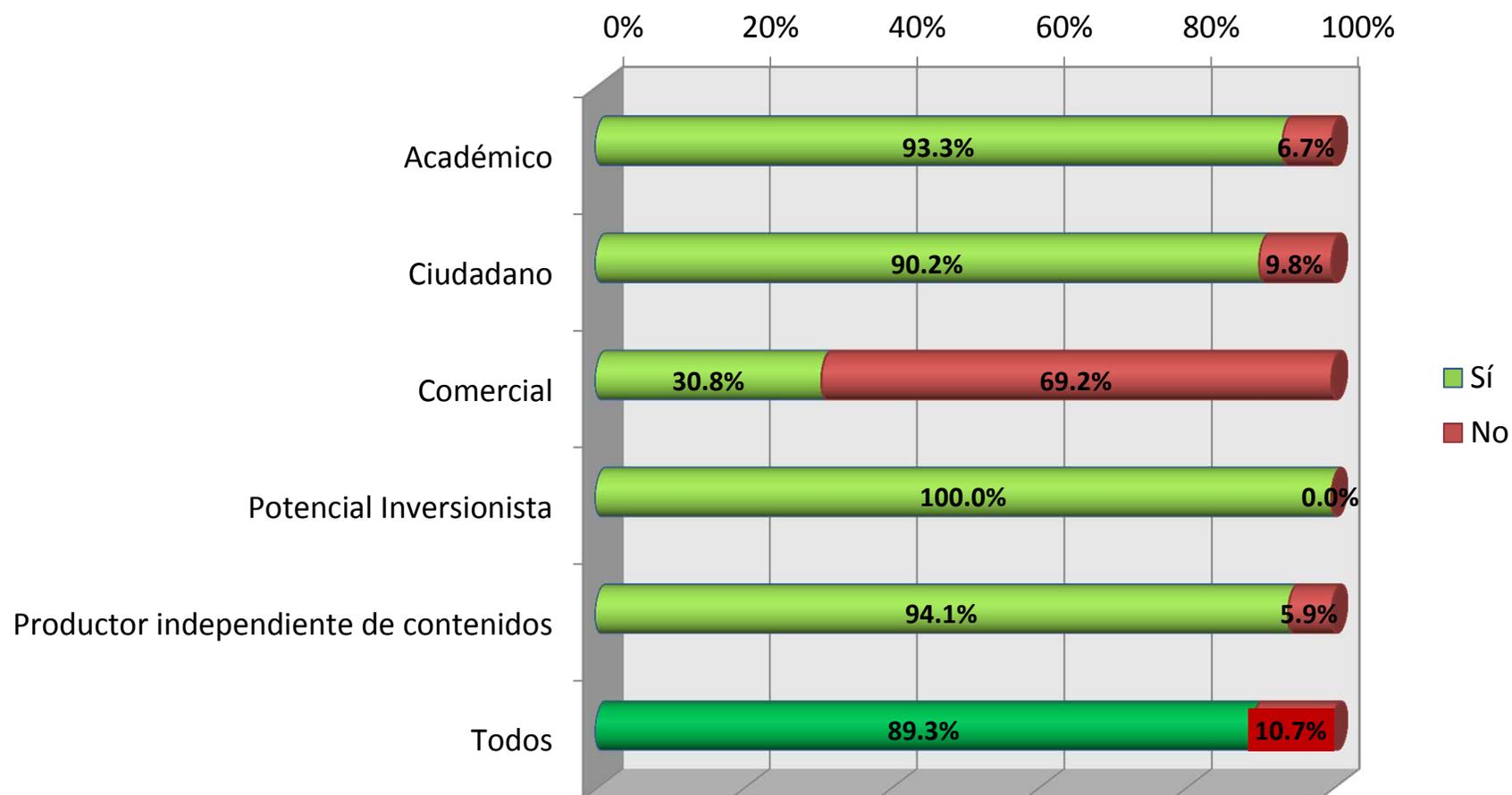
2.- ¿Considera que existe mercado publicitario suficiente para hacer rentable la operación de nuevas empresas de televisión abierta?



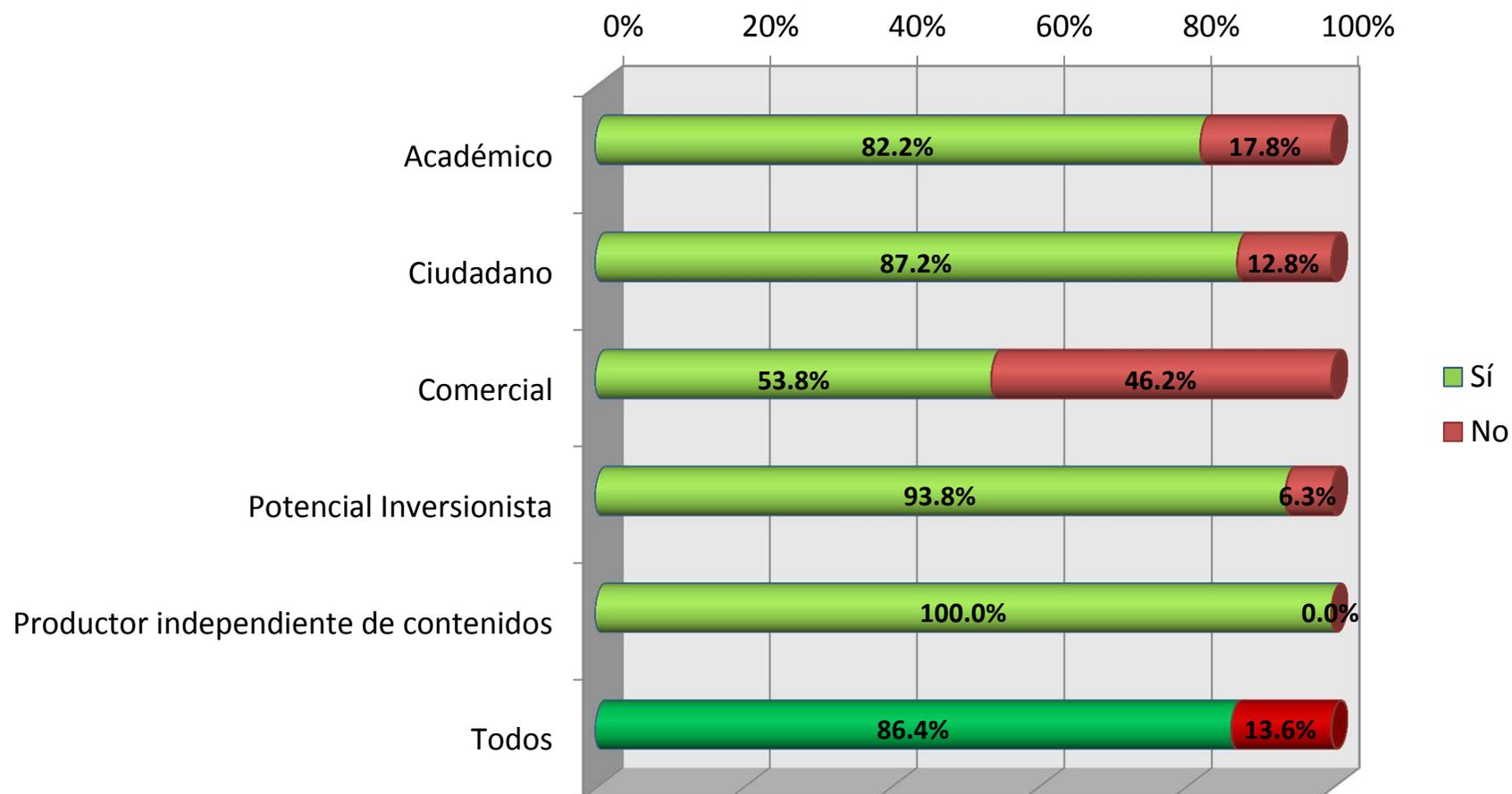
3.- ¿Considera que la producción independiente de contenidos encuentra en el mercado actual suficientes canales de distribución?



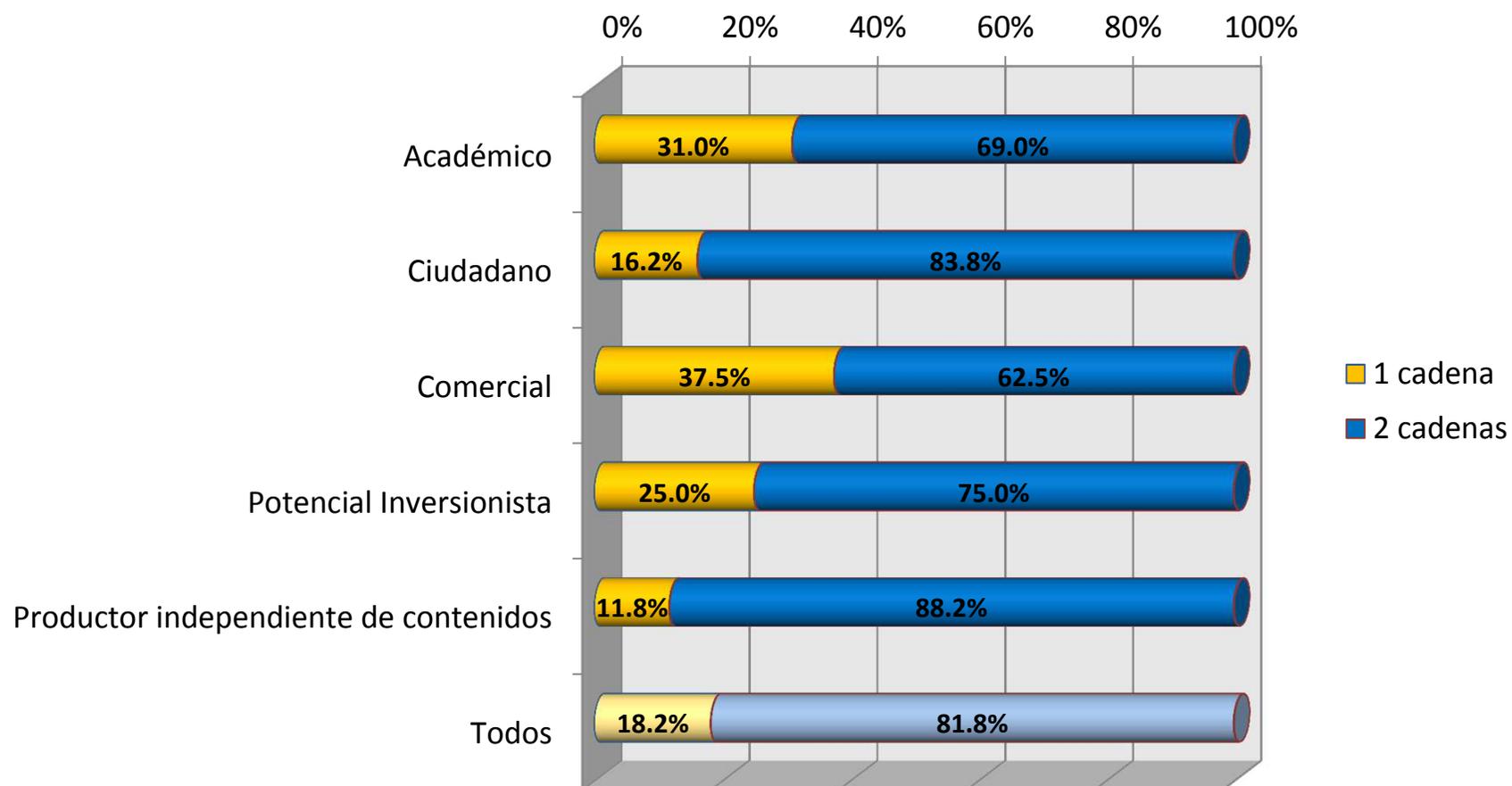
4.- ¿Considera pertinente la licitación de televisión abierta aún ante la creciente oferta y penetración de servicios de televisión de paga y otros medios de distribución de contenidos?



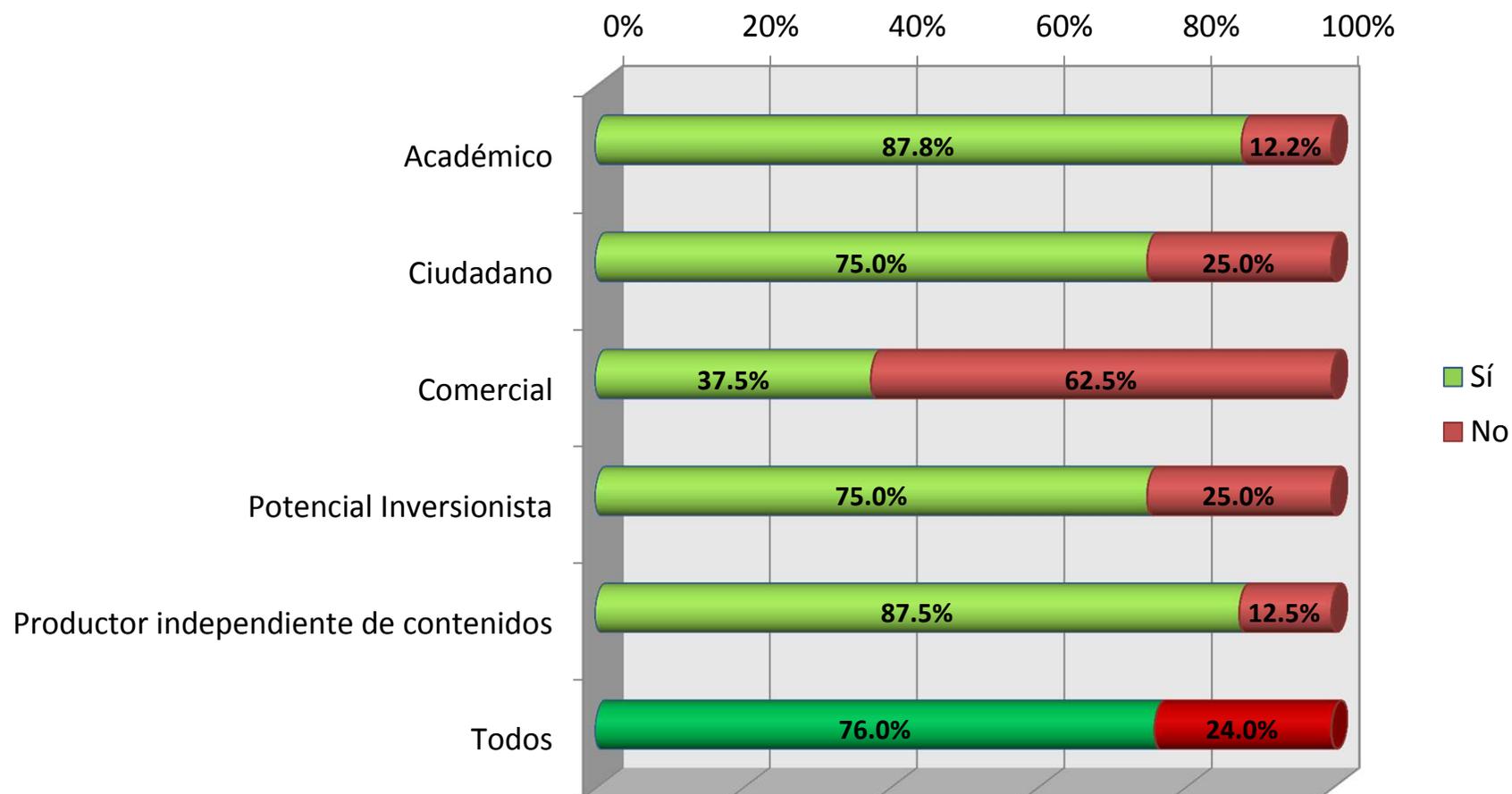
5.- Dado que el estudio de capacidad espectral arroja la posibilidad de licitar frecuencias hasta para dos "Cadenas" de televisión DIGITAL con cobertura nacional, ¿considera económicamente viable en este momento una cadena de televisión DIGITAL?



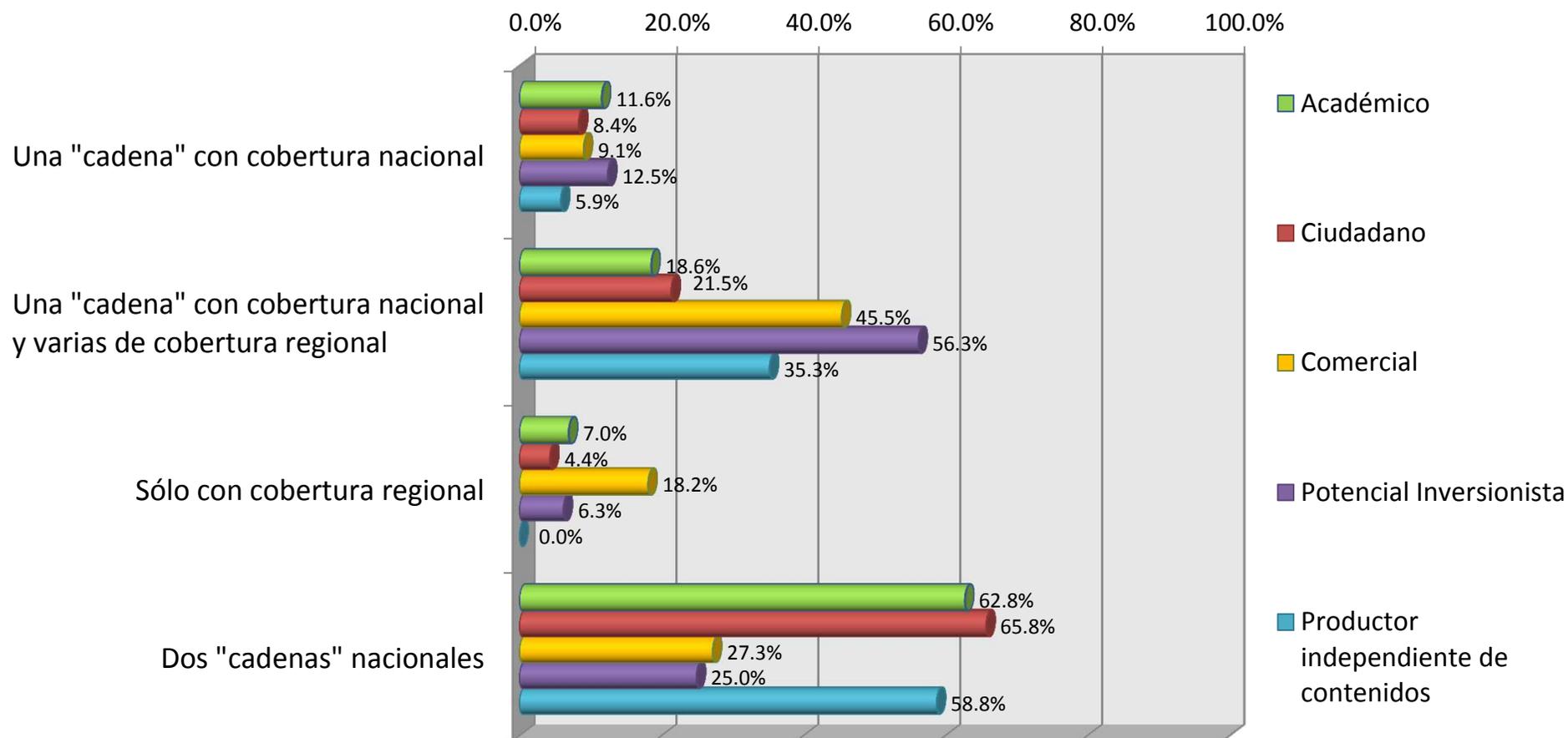
6.- En caso de haber contestado afirmativamente, ¿cuántas "cadenas" considera usted que debieran licitarse en este momento?



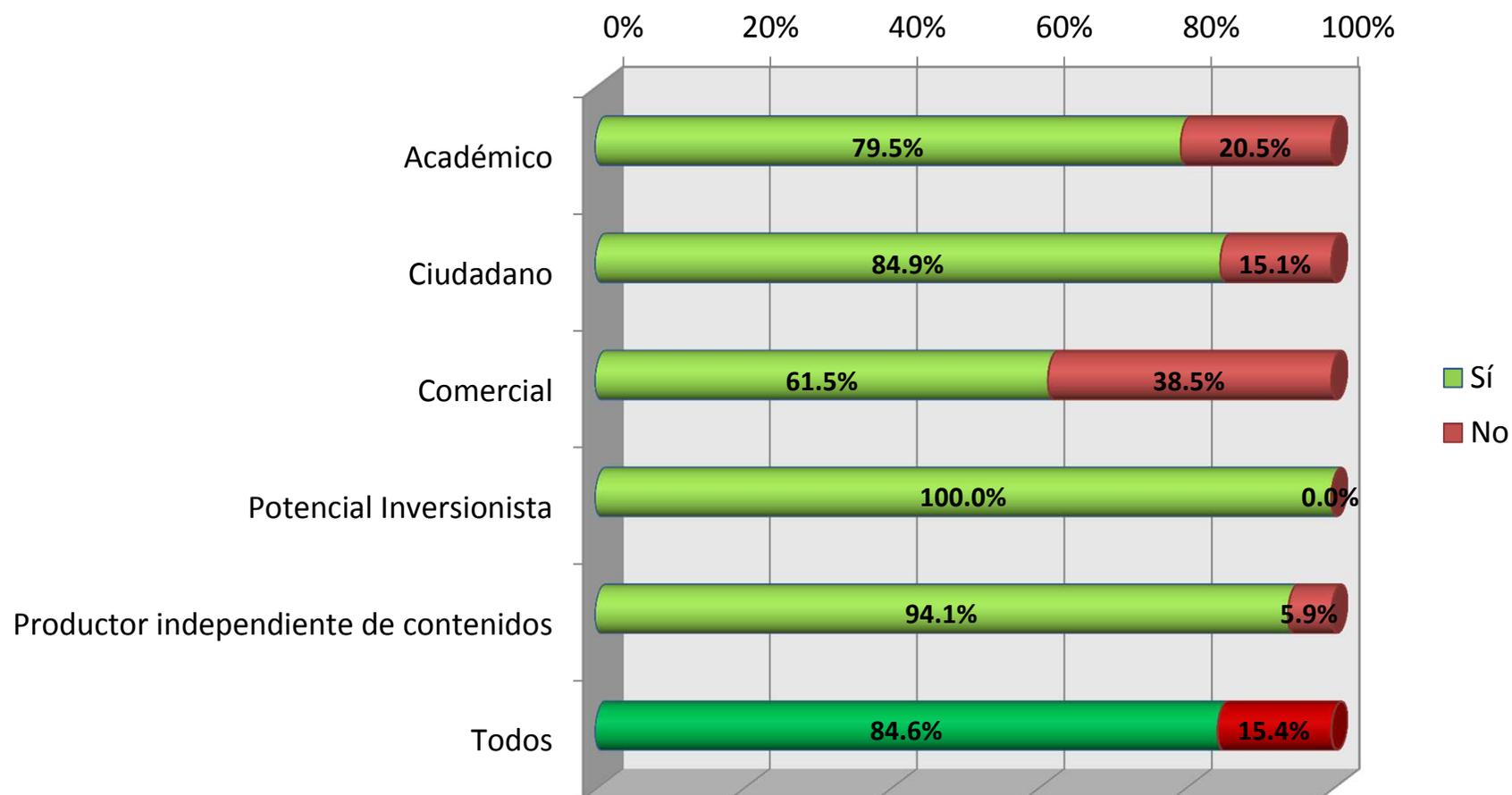
7.- En caso de considerar que deben licitarse dos "cadenas", ¿se deberían imponer restricciones al número de "cadenas" que un solo oferente pudiera obtener?



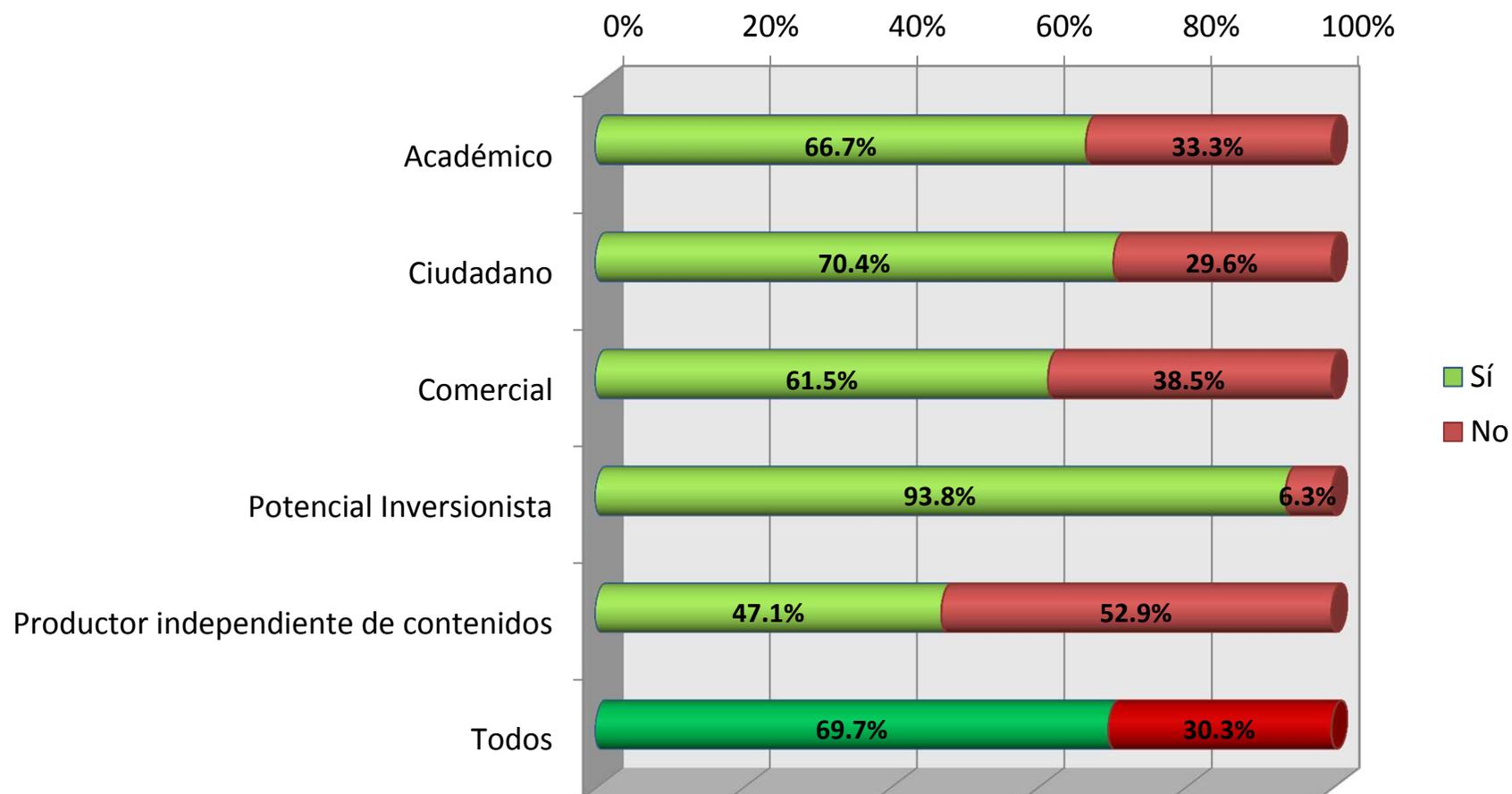
8.- Indistintamente de si considera que deben licitarse una o dos "cadenas", ¿éstas debieran tener cobertura nacional o regional?



10.- ¿La evaluación para determinar al o los oferentes ganadores, debiera considerar la promoción y acceso que brinde el oferente a productores independientes?



11.- ¿Considera que la contraprestación económica que correspondería al ganador, pudiera aportarse en especie, mediante la instalación gratuita de decodificadores y antenas para televisión digital en su zona de cobertura?



Pregunta 9. En caso de que haber seleccionado cadenas de cobertura regional ¿qué criterios sugiere considerar para determinar el tamaño o configuración de cada una de las regiones? (algunos extractos)

“...siguiendo un poco los patrones desarrollados para las regiones celulares, podrían desarrollarse entre 7 y 9 regiones con potenciales similares”

“Consideramos que se podrían establecer nueve regiones, las cuales incluirían tres o cuatro Estados en el territorio nacional.”

“Determinar zona con congruencia geográfica y cultural. Ejemplo Noroeste, Noreste, Centro, Occidente, Sur, Sureste, Península.”

“Dos Nacionales pero con las obligaciones de contenido que incluya a todos los estados del país y que no estén en el DF sino en dos estados distintos entre si”

“No veo un horizonte claro para licitar una cadena o dos regionales, deben ser nacionales para que la competencia sea efectiva y congruente, de otro modo los resultados tanto en competitividad, contenido y valor serán mínimos.”

“Este es un tema que le toca decidir al inversionista. Si va a tener producto que genere apetito de una mayor audiencia, invertirá en una cadena nacional. Si su producto nada más puede llegar a un mercado local, será local. ¿Por qué debe el marco regulatorio incidir en una decisión de negocios de un inversionista? ¿Por qué no dejar que el riesgo lo mida el inversionista, el productor y el consumidor?”

Pregunta 12. ¿Qué ventajas considera usted que brindan la posibilidad de compartir infraestructura de transmisión e instalación de decodificadores con otros concesionarios y/o permisionarios? ¿qué modalidades podrían considerarse? (algunos extractos)

“Hacer eficiente la inversión, incrementar la penetración y disminuir redundancias”

“Ahorraría a los permisionarios el costo de instalar la infraestructura”

“El público se beneficiaría al tener que apuntar sus antenas receptoras a un centro común de emisión.”

“decodificadores... también sería ventajoso el compartir costos con los oferentes del servicio”

“... determinar de qué manera... se involucrarán los concesionarios actuales en este proceso atendiendo el hecho de que la infraestructura de transmisión y los decodificadores pueden unificarse y favorecer el crecimiento”

“los concesionarios ... tienen al máximo de sus capacidades los espacios ...Lo anterior hace casi imposible pensar en esquemas que hagan factible el compartir dichos equipos e instalaciones”

“el compartir instalaciones y equipos para llevar a cabo transmisiones significaría una invasión a la propiedad privada, así como a la libertad comercial”

“es necesario analizar los riesgos relativos a fallas ... y su relación con los operadores que, en su caso, utilicen dicha infraestructura, así como el grado de responsabilidad”

“es importante fijar reglas claras que garanticen que la infraestructura del operador funcionará como si fuera totalmente independiente y evite discriminación para otros operadores”

Pregunta 14. Por favor, agregue cualquier otra observación o elemento que considere conveniente señalar (algunos extractos)

“Aprovechar la nueva tecnología para permitir una reconfiguración de la industria”

“la creación de nuevos vehículos de comunicación que dependan fuertemente del gasto publicitario parece poco factible mientras éste no crezca”

“...la COFETEL, debería incluir estudios técnicos respecto de la factibilidad de la licitación de frecuencias, del conocimiento general, previo al inicio de cualquier proceso de licitación.”

“debiera analizarse si la licitación debiera ser para la instalación de infraestructura y uso de la frecuencia, dando un acceso abierto a aquellos que desearan distribuir contenido y producción “

“la Cofetel debería evaluar con mucha más seriedad la posibilidad de otorgar concesiones de televisión radiodifundida satelital, como ocurre en varios países sudamericanos”

“...solicitamos que: Toda la documentación sea pública y con datos de identificación de los participantes. Que la Cofetel de respuesta puntual a los comentarios enviados. Que, como parte del proceso, puedan darse foros y mecanismos de participación de todos los interesados para la integración de la política”

“es un excelente ejercicio efectuado por la cofetel el querer conocer la opinión de todos los sectores involucrados”

Conclusiones

- Se llevó a cabo una consulta pública no vinculante con base en el tema de licitaciones de canales de televisión.
- La consulta despertó interés de la sociedad y los medios de comunicación.
- Se obtuvieron 451 respuestas de los sectores académicos, ciudadano, comercial, potencial inversionista y productor de contenidos.
- Los archivos completos se adjuntan a la presentación, se encuentran separados por sector y contienen todos los comentarios vertidos por los participantes.
- Tanto la Presidencia como la USRT recomiendan que esta información tenga carácter público y se difunda mediante la página de Internet de la Comisión.