**CONSIDERACIONES GENERALES DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES A LAS MANIFESTACIONES, OPINIONES, COMENTARIOS Y PROPUESTAS, PRESENTADAS DURANTE LA CONSULTA PÚBLICA SOBRE LA “EFECTIVIDAD EN TÉRMINOS DE COMPETENCIA DE LAS MEDIDAS IMPUESTAS AL AGENTE ECONÓMICO PREPONDERANTE EN EL SECTOR DE RADIODIFUSIÓN”.**

Con relación a las manifestaciones, opiniones, comentarios y propuestas recibidas durante el periodo comprendido del 07 de abril al 16 de junio de 2016, respecto a la Efectividad en términos de competencia de las medidas impuestas al Agente Económico Preponderante en el sector de Radiodifusión, se informa que el Instituto Federal de Telecomunicaciones (en lo sucesivo, el “Instituto”) recibió 18 (dieciocho) participaciones provenientes de 12 personas físicas, 3 de las cuales expresamente se negaron a la divulgación de sus datos personales (identificadas como Radiodifusión comentario 1, 2 y 3), y 6 personas morales; de las cuales se identificaron 5 empresas y 1 consultora. De estas participaciones, el Instituto identificó diversos temas, por lo que, para efecto de su atención, estos han sido resumidos y agrupados de manera genérica para su mejor identificación. Una vez concluido el respectivo plazo de consulta, quedaron publicados en el portal del Instituto todos y cada uno de los comentarios, opiniones y propuestas recibidas.

A continuación, se enlistan los participantes del proceso de consulta pública:

1. Trebol Geovanny
2. Mega Cable, S.A. de C.V.
3. Gonzalo Ortiz Robles
4. Radiodifusión comentario 1
5. Jorge Resendiz
6. Manuel Moncada Salinas
7. Paulina Navarro
8. Radiodifusión comentario 2
9. Karen Garduño Hernández
10. Radiodifusión comentario 3
11. María del Rosario García Valdés
12. Diego Suastegui de Sosa
13. Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.
14. Televisora de Navojoa, S.A.
15. T.V. de los Mochis, S.A.
16. María Fernanda Ávalos González
17. Televimex, S.A. de C.V.
18. The Competitive Intelligence Unit S.C.

En el análisis realizado a los datos recopilados durante la consulta pública se encontró que los temas más comentados fueron los siguientes:

|  |  |
| --- | --- |
| Tema | Número de comentarios |
| Contenidos | 8 |
| Publicidad | 8 |
| Compartición de la infraestructura | 6 |
| Temas Generales | 4 |

A continuación, se agrupan las participaciones por tema y se responde directamente a los comentarios de los participantes.

# Participaciones sobre los Contenidos

* **Trebol Geovanny**. “Restringir la multiprogramación. Se propone restringir la multiprogramación ya que el AEP en el sector de la radiodifusión cuenta con 2 cadenas nacionales y 2 cadenas regionales a comparación con su competencia que cuenta con 2 cadenas nacionales en el caso de TV Azteca y 1 cadena regional en el caso de Multimedios.”
  + **Consideraciones del Instituto**. Es importante destacar que, con base en lo dispuesto por el Artículo 158, fracción II de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (en lo sucesivo, la “LFTR”), a los concesionarios que pertenezcan al Agente Económico Preponderante (en lo sucesivo, “AEP”) no se les autorizará la transmisión de un número de canales superior al cincuenta por ciento del total de los canales de televisión abierta, incluidos los de multiprogramación, autorizados a otros concesionarios que se radiodifunden en la región de cobertura, en ese sentido, ya existe una restricción para la autorización de transmisión de canales para el AEP, por lo que se considera innecesario determinar una restricción adicional, en el mismo sentido, a través de las medidas de regulación asimétrica impuestas a este.
* **Gonzalo Ortiz Robles**. “El regulador definió los Contenidos Audiovisuales Relevantes que el preponderante no puede adquirir en exclusiva, estando dentro de éstas las finales de la liga MX. Después de la resolución de preponderancia se ha dado el fenómeno que los Contenidos Audiovisuales Relevantes se pueden ver a través de otras plataformas u opciones como fue la final del torneo de clausura 2015 de la Liga MX derivado de que el equipo Pachuca llegó a la final y los derechos de transmisión los tiene Fox Sports. El problema es que al quitarle a Televisa los derechos, pero nosotros las audiencias, no podemos ver esos contenidos en el canal y con los comentaristas que nos gustan ver y que son en este caso, los de Televisa.”
* **Radiodifusión comentario 1**. “Antes de la entrada de las medidas de preponderancia los mejores contenidos estaban con el preponderante, sin embargo, hoy en día existen más opciones, lo cual hace que los usuarios se muevan a otros canales y plataformas. Lo anterior advierte una clara eliminación de barrera de entrada a los contenidos de calidad que se debe a la inhibición del poder de negociación del preponderante, la prohibición de la adquisición de determinado contenido relevante y la entrada de nuevos competidores. El problema es que ahora le trasladaron el poder de compra a otros medios y a otras plataformas y nos quitaron como audiencia, los programas de Televisa. El IFT parece ahora tomar el papel de definir en donde ver los contenidos, lo cual debe ser una decisión libre de la audiencia. Además, intervenir mercados de esta forma, no tiene ningún efecto positivo para las audiencias. Hay que dejar al mercado desarrollarse libremente.”
* **Radiodifusión comentario 3**. “En efecto, la medida de contenidos ha sido tan efectiva que como lo señala el IFT en el reporte "Las telecomunicaciones a 3 años de la Reforma Constitucional", los servicios de televisión de paga se han incrementado en más del 30%, lo que se traduce en que el 60% de los hogares y empresas en México cuentan con servicios de tv restringida. Esto se da gracias a la posibilidad que tienen los operadores de televisión de paga para hacerse llegar de contenidos relevantes y al mismo tiempo de limitar el poder del preponderante en sus negociaciones.

Como se puede ver esta medida ha beneficiado directamente a los usuarios finales. También, se puede ver la adquisición de contenidos por parte de otros agentes económicos como son los juegos olímpicos y su transmisión a través de plataformas como lo son sitios de internet, en el que pueden acceder usuarios a través del proveedor del servicio que tenga contratado. En este caso en específico, el preponderante tiene prohibido la adquisición en exclusiva de dicho contenido lo que permitió que otro agente económico pudiera hacerse de los derechos de transmisión de la justa olímpica de verano. Sin embargo, esta medida no se ha aplicado correctamente ya que los juegos olímpicos no están disponibles en ninguna de las televisoras privadas.”

* **Televisora de Navojoa, S.A**. “Dentro de las motivaciones que llevaron al IFT a regular los contenidos que ofrece o puede llegar a ofrecer el AEP en el sector de la radiodifusión está el de la prohibición de adquirir contenidos en exclusiva para supuestamente acotar la capacidad de negociación, ya que el preponderante deberá abstenerse de utilizar su capacidad de negociación para definir las condiciones contractuales bajo las cuales adquiere derechos y así el titular del contenido estar en aptitud de determinar cómo comercializará sus contenidos a través de uno o varios agentes o plataformas.

Respecto a la medida sobre la pertenencia a clubes de compra, señala que supuestamente no constituye una carga excesiva ya que el preponderante podrá participar en los mismos previa aprobación por parte del IFT, supuestamente porque su derecho de asociación no se ve suprimido y con las facultades para requerir información se podrá tener constante monitoreo de las actividades del preponderante. Sin embargo, esta medida sí limita la asociación y pone en desventaja a los nacionales frente a los extranjeros, quienes ahora se quedan con los derechos, mismos que ya se pueden ver en televisión abierta.

Finalmente, señala que las medidas sobre contenidos encuentran una justificación constitucional y deriva de reducir las barreras a la entrada de los nuevos concesionarios que se espera ingresen al mercado y se salvaguardan posibles riesgos tales como su capacidad de negociación, el posicionamiento de sus productos y mecanismos de intercambio de información que pudiera derivar de colusiones. Esta medida se materializó mediante la publicación que llevó a cabo el IFT de los Contenidos Audiovisuales Relevantes que a la fecha, previa su actualización son: a) Los partidos de la selección mexicana de fútbol (categoría varonil mayor); b) Las ceremonias de inauguración y clausura de los Juegos Olímpicos de Verano organizados por el Comité Olímpico Internacional; c) Las ceremonias de inauguración y clausura, y los partidos de inauguración, cuartos de final, semifinales de la copa mundial de la FIFA, organizados cada cuatro años y conocido comúnmente como Copa del Mundo, y; d) Los partidos de la final del torneo de liga de primera división, organizado por la Federación Mexicana de Fútbol, conocida como Liga MX.

De la anterior lista se advierten varias situaciones que persiguió el IFT al establecer las medidas de preponderancia que es el de lograr una competencia y libre concurrencia de los competidores. Esta medida, ha logrado tener un efecto directo con el preponderante al restarle capacidad de negociación para la obtención de los contenidos relevantes establecidos por el regulador aunado a que los dueños de los contenidos al tener mayores opciones para hacer llegar a los usuarios finales adquieren mayor capacidad de negociación y pueden imponer sus bases o condiciones para adquirir los contenidos.

Un caso claro sucedido en meses pasados se dio en la Liga MX, mediante el cual uno de los partidos de la final se transmitió a través de televisión restringida por así haberlo decidido el titular de los derechos, dándose claramente la demostración del poder que hoy en día tienen los titulares de los derechos para imponer sus bases y condiciones frente a los proveedores de servicios de radiodifusión, así como la existencia de otros medios de transmisión y medios de competir para hacer llegar contenidos al usuario final.

Otro ejemplo que se puede citar es el de la copa del Mundo en el que el organismo regulador (FIFA) a través de una licitación selecciona a las mejores cadenas de radio y televisión de cada territorio capaces de garantizar la calidad de las transmisiones que requiere cumpliendo con los objetivos generales de llegar a la audiencia más amplia y alcanzar las metas económicas, comprendiendo dichos derechos la televisión tradicional, la televisión por internet, la telefonía móvil y las transmisiones radiofónicas. Esta situación es replicable con el organismo regulador de los juegos olímpicos de verano al momento de llevar a cabo la venta de derecho de los contenidos de la justa olímpica y que en el caso en específico para la justa olímpica que se llevará en el 2016 se podrá ver en México a través de la plataforma de internet como por los concesionarios de radiodifusión conocidos como canal 11 y canal 22.

Como se puede advertir de los Contenidos Audiovisuales Relevantes el preponderante ha perdido la capacidad de una negociación de exclusividad debiendo compartir el contenido con otros competidores haciendo menos atractivo la adquisición de éstos. Derivado de lo anterior, la medida denominada "De los Contenidos" alcanza su efectividad al disminuir la barrera de entrada a los Contenidos Audiovisuales Relevantes a nuevos competidores logrando así una concurrencia de competidores, desafortunadamente, dejando claro que el IFT busca beneficiar a los competidores del AEP, que las audiencias son quienes deben decidir dónde quieren ver sus contenidos. Por lo tanto, el IFT privó a las audiencias de estos contenidos relevantes al dejarlos indisponibles en la televisión abierta simplemente para facilitar la rentabilidad de los competidores del AEP.

Por otro parte la medida han permitido que los dueños de los contenidos atendiendo al deterioro de la televisión abierta puedan diversificarlos en diferentes plataformas y medios de transmisión incrementando opciones de entretenimiento como son las plataformas de internet, televisión restringida o los ahora conocidos OTT, como es el ya mencionado caso de los próximos juegos olímpicos de verano que el usuario final podrá a través de su proveedor de internet tener acceso a éstos o en su caso mediante las transmisiones del canal 11 y 22, siendo un claro ejemplo de una eliminación de una barrera de entrada a un nuevo agente económico en la distribución de contenidos y la eficacia de la medida.

Otro ejemplo, es el caso de las transmisiones de los partidos del equipo conocido como "Chivas de Guadalajara", en el que el preponderante en ningún momento ha tenido poder de negociación para obligar a su propietario a que le venda los derechos de transmisión de manera exclusiva, sino que únicamente está a la espera de que en caso de que exista una oferta por dichos derechos, pueda hacer valer una cláusula contractual que le permitiría (en caso de así desearlo) igualar la oferta y quedarse con dichos derechos. Lo anterior hace ya, que más de la mitad de los equipos de fútbol no sea posible verlos en los canales del AEP, afectando seriamente a las audiencias.

Derivado de lo anterior, es claro que la medida impuesta por el IFT respecto a la obtención de contenidos relevantes por parte del preponderante ha sido eficaz en quitar los derechos a Televisa, pero solo afectando a la industria y a las audiencias con el objeto de beneficiar a los competidores del AEP, lamentablemente.”

* **Diego Suastegui de Sosa**. “El IFT al llevar el análisis de la efectividad de las medidas de preponderancias impuestas mediante resolución P/IFT/EXT/060314/77 de fecha 6 de marzo de 2014, debe de tomar en cuenta las características que hoy en día se enfrenta el sector de la radiodifusión y la afectación que se ocasione al continuar con las medidas de preponderancia. Hoy en día la televisión abierta presenta una baja de audiencia de hasta el 18% según el último reporte trimestral del IFT, lo que afecta no sólo al AEP sino también a los demás agentes económicos, incluso, al nuevo competidor, que si bien aún no inicia transmisiones se enfrenta a una realidad distinta a cuando adquirió la concesión para operar una cadena de televisión.

El nacimiento de nuevas plataformas para llevar contenidos a los usuarios finales, también es un elemento importante a considerar al momento de resolver si las medidas de preponderancia se eliminan o se conservan, ya que los usuarios finales pueden acceder a contenidos relevantes o de su interés a través de plataformas como lo es internet, diversificando el mercado de los contenidos. Sin embargo, no debemos de perder de vista que al no encontrar el usuario final los contenidos de su interés y tener que emigrar a otras plataformas (por así haberlo decidido el dueño del contenido o por la regulación existente) éste debe derogar una cantidad para acceder a dichas plataformas, fenómeno que contribuye a la baja de audiencia en la televisión abierta. De esta manera tenemos que la medida denominada de los Contenidos resulta perjudicial para las audiencias al restringirles el acceso a los Contenidos Audiovisuales Relevantes a través de la televisión abierta, orillándolo a que tenga que contratar plataformas de contenidos.

El caso en específico se da en las próximas justas olímpicas que sólo se podrán ver mediante un proveedor de internet para acceder al portal cuyos contenidos llevan a cabo la transmisión, por lo que es claro que más que regular al preponderante para que no pueda utilizar el control de los Contenidos Audiovisuales Relevantes y programación con propósitos anticompetitivos, lo que ha logrado que este tipo de contenidos no estén al acceso de los usuarios finales de manera gratuita. En esta tesitura es claro que el IFT al imponer las medidas de preponderancia omitió analizar al sector, los mercados que lo complementan y dicho sea de paso los beneficios reales que obtendría el usuario final, lo cual no ha sucedido ya que ha obligado a éste a contratar plataformas para adquirir contenidos que con anterioridad los encontraba en televisión abierta.”

* **Televimex, S.A. de C.V**. “Al ser la única plataforma que permite tener acceso a la televisión de forma gratuita, las restricciones en la adquisición de contenidos afectan negativamente al usuario final, obligándole a buscar alternativas a través de las plataformas de pago. Debido a la introducción de las Medidas de Preponderancia, dichos usuarios finales ya no tienen acceso gratuito a contenidos relevantes como los Juegos Olímpicos, partidos de futbol a nivel nacional e internacional, etc. La obligación de tener que informar y pedir permiso al IFT en caso de participar en clubes de compra está afectando el poder de negociación de todo el mercado nacional ya que imposibilita tener una fuerza de compra para hacer cara a las grandes instituciones internacionales como ESPN, FOX SPORTS, CANAL + DEPORTES, etc., por lo que los radiodifusores nacionales deberíamos tener la posibilidad de unirnos para poder tener mayor facilidad para negociar estos contenidos para la televisión radiodifundida, y sin costos para los usuarios finales.”
* **María Fernanda Ávalos González**. “Permitir que Televisa nuevamente transmita sus contenidos deportivos. Al menos antes los podía ver encendiendo mi televisión. Quizá, deberían permitir que Televisa compre contenidos relevantes exclusivos en televisión abierta condicionando a que pase por señales que van por el must carry, así, es posible verlos en otros sistemas y plataformas, pero no los quiten de la televisión abierta. Que se promueva la producción de contenidos nacionales por la industria de la radiodifusión, en lugar de desincentivarla.

Por ser las olimpiadas un contenido de trascendencia mundial, la gente debería poder verlas por televisión abierta. Tendré que pagar para estar informada. El objeto de la medida fue ampliar las oportunidades de acceso a la población a más contenidos, sin embargo, la medida tuvo el efecto opuesto, provocó que los contenidos ya no se puedan ver por televisión abierta. Ampliar el mercado a competidores extranjeros, disminuye muchas oportunidades de empleo para los mexicanos porque al bajar los ingresos de las televisoras, desaceleran la producción de contenidos y comienzan los

recortes de personal.”

**Consideraciones del Instituto**. Los contenidos son un insumo esencial dentro del sector de la radiodifusión y son parte fundamental para determinar el éxito o fracaso de un negocio. Las medidas referentes a los contenidos pretenden evitar que el AEP utilice su poder de negociación para desplazar a otros competidores en el sector de radiodifusión, así como para evitar la denegación, restricción de acceso o acceso en condiciones discriminatorias a estos contenidos por parte del AEP a los agentes económicos que compiten en el sector.

Específicamente, a través de las medidas de contenidos, se restringió al AEP la posibilidad de adquirir derechos para transmitir en exclusiva Contenidos Audiovisuales Relevantes (en lo sucesivo, “CAR”), sin embargo, sí puede adquirirlos cuando otros concesionarios también puedan hacerlo.

Por lo anterior, resulta impreciso decir que se les restringe a las audiencias el acceso a CAR a través de televisión radiodifundida, pues la restricción aplica únicamente al AEP en condiciones de exclusividad, las demás empresas radiodifusoras están en libertad de adquirir los contenidos que consideren convenientes. Así mismo, el AEP, aún con la imposición de medidas asimétricas, está en posibilidad de adquirir y transmitir los contenidos que considere convenientes, siempre y cuando se apegue a la regulación impuesta.

Respecto a la final del torneo clausura 2015 de la Liga MX, evento catalogado como CAR, así como a la transmisión de juegos de algunos clubes de fútbol en otras plataformas tecnológicas, es importante destacar que los acuerdos firmados entre clubes de fútbol y otras televisoras o empresas para la transmisión de sus partidos, son independientes de las medidas impuestas al AEP. Los oferentes de dichos contenidos no están sujetos a regulación alguna por parte del Instituto y están en libertad de ofrecerlos a quienes les resulte más conveniente.

Finalmente, con la finalidad de evitar que los CAR no sean transmitidos a través de televisión radiodifundida y permitir que dichos contenidos lleguen a un mayor número de audiencia, se valorará la posibilidad de que el AEP pueda adquirir derechos de contenidos que se vendan en exclusiva, siempre y cuando adquiera también los derechos para sublicenciarlos y los ponga a disposición de terceros.

# Participaciones sobre la Publicidad

* **Trebol Geovanny**. “Reforzar la vigilancia en anuncios. Se discrimina a competencia directa del preponderante en el caso de Dish, Axtel, Netflix.”
* **Karen Garduño Hernández**. “Con esta medida existe transparencia para ofrecer el espacio publicitario en términos no discriminatorios, ya que se ve que los espacios publicitarios del preponderante se ofrecen a todos los anunciantes lo que permite que haya más diversidad de anuncios y productos para hacerse llegar al usuario final. La caída en ventas de la industria seguramente hará esta medida inviable, sólo busca favorecer que la publicidad se vaya a otros medios a costo del preponderante.”
* **T.V. de los Mochis, S.A**. “La publicidad es un elemento importante en el sector de la radiodifusión por lo que el regulador a través de la medida impuesta al preponderante buscó que los agentes de otros servicios tengan una igualdad de trato y que no se les impongan condiciones para acceder a éstos. Con dicha medida también se evita que el preponderante pueda restringir la entrada de nuevos agentes en otros servicios o evitar el crecimiento de estos frente a su competidor ya que existe total transparencia al respecto permitiendo que hoy en día los agentes en otros servicios conozcan en primer lugar dichos espacios publicitarios y posteriormente poder acceder a éstos. De conformidad con lo anterior al estar a la mano los espacios publicitarios del preponderante junto con la decadencia de la televisión abierta ha permitido una mayor competencia y diversificación de los agentes de otros servicios por lo que es claro que la medida logró su objetivo consistente en que exista en el mercado de la radiodifusión una competencia efectiva y libre concurrencia en beneficio de los usuarios finales evitando imposición de condiciones o trato discriminatorio por parte del preponderante. Debe cuidarse que las ventas en televisión no caigan desproporcionadamente. Sería muy desafortunado que la televisión termine como los medios impresos, en los que se ha comprometido su libertad editorial por los pocos ingresos publicitarios que se tienen. Es claro que los ingresos publicitarios en televisión siguen cayendo por lo que debe cuidarse que esto no permita que ahora los anunciantes, y particularmente el gobierno quieren ejercer el poder que tienen como clientes para imponer condiciones editoriales a las televisoras.”
* **Televimex, S.A. de C.V**. “La imposición de medidas de publicidad genera una carga excesiva al AEP que no tiene precedente en ningún otro país del mundo. La introducción de las medidas en esta área ha hecho que los ingresos de publicidad del sector de la radiodifusión se hayan visto afectado de manera importante. Cabe mencionar que los dueños de canales de programación tienen muy poco margen de maniobra en las negociaciones de publicidad derivado al competitivo mercado de publicidad existente, la creciente migración a otros medios y la participación y fuerza de compra que ejercen otros participantes del mercado, es importante que estos factores se consideren por parte de ese Instituto y que finalmente se desarrollen incentivos a la industria de la radiodifusión para que tanto el AEP como los demás concesionarios existentes y los que vengan puedan dar un servicio de calidad, rentable y saludable para la industria, somos un motor importante para la industria de la información, entretenimiento y la creatividad, y solo generando crecimiento en esta industria podemos reactivar las demás industrias involucradas. por lo anterior, es indispensable que la revisión de cualquier medida considere el dinamismo existente derivado de la introducción de nuevas plataformas tecnológicas y los cambios que se han dado en la radiodifusión y las preferencias de sus usuarios finales.”
  + **Consideraciones del Instituto**. Las medidas referentes a la publicidad buscan evitar el desplazamiento indebido de competidores del AEP a través de la discriminación de precios o la negativa de trato en la comercialización de sus espacios publicitarios. Este punto es abordado específicamente por la medida Vigésima Segunda en donde a la letra se menciona lo siguiente; *"El AEP no podrá condicionar, ni aplicar trato discriminatorio respecto de los espacios publicitarios ofrecidos en sus distintas Plataformas Tecnológicas. Tampoco podrá realizar prácticas que impliquen negativa de trato..."*.

Por otro lado, resulta impreciso afirmar que la caída en ventas de la industria hará esta medida inviable pues sólo busca favorecer que la publicidad se vaya a otros medios a costo del preponderante. Lo que se busca es, precisamente, asegurar que las condiciones de comercialización de espacios publicitarios por parte del AEP sean equitativas para todos los anunciantes que quieran anunciarse a través de los canales de televisión radiodifundida de este, sin que existan tratos discriminatorios o negativas de trato.

Respecto a que la introducción de medidas ha hecho que los ingresos de publicidad se hayan visto afectados, no se cuenta ni se presentan elementos para sustentar dicha afirmación. En ese sentido, no puede determinarse que realmente exista una causalidad entre la imposición de medidas y la supuesta disminución de ingresos.

Finalmente, se considera pertinente que, a efecto de reforzar la medida señalada con anterioridad, los integrantes del AEP deban proporcionar periódicamente al Instituto la información relacionada con la comercialización de espacios publicitarios para anunciar servicios de telecomunicaciones con la finalidad de que este verifique el trato equitativo para todos sus anunciantes.

* **Manuel Moncada Salinas**. “La medida es innecesaria, todos sabemos que las centrales de medios son quienes dominan el mercado publicitario y quienes imponen sus condiciones. El IFT debería más bien, revisar si existe poder frente a las centrales de medios. Esto es un tema recurrente en el mundo.”
* **Paulina Navarro**. “Para determinar la efectividad de la medida impuesta al preponderante es importante que el regulador analice el medio de la publicidad, ya que tanto en nuestro país como a nivel mundial la mayoría de la publicidad es adquirida por empresas conocidas como "centrales de medios" siendo estas las que realmente tienen mayor poder de decisión y negociación que las productoras y las radiodifusoras. En el caso específico, el preponderante pone a disposición sus espacios publicitarios, sin embargo, las centrales de medios se dedican a la compra masiva de estos espacios para después ofrecerlos a las agencias o anunciantes, no pudiendo ni el preponderante ni ninguna empresa dedicada a la radiodifusión negar la venta de estos. El IFT de cierta forma solo dio más elementos a las centrales de medios para el beneficio de estas y lograr más publicidad.”
* **Diego Suastegui de Sosa**. “En adición a lo expuesto respecto a los contenidos, tenemos la medida denominada "de la Publicidad" que al igual que en la medida "de los Contenidos" ha perjudicado a los usuarios finales y al mercado del sector de la radiodifusión, ya que antes de la emisión de las medidas de preponderancia el AEP tenía la facultad de limitar sus espacios publicitarios pudiendo regular un poco el mercado de los espacios publicitarios, lo cual hoy en día es imposible, llevándose los espacios publicitarios las empresas conocidas como centrales de medios. Este fenómeno se da tanto a nivel mundial como a nivel nacional, las centrales de medios se dedican a comprar la mayoría sino es que casi todos los espacios publicitarios existentes tanto en el sector de la radiodifusión como en las distintas plataformas de distribución de contenidos, por lo que al limitar al preponderante a no vender sus espacios publicitarios o mejor dicho a poder seleccionar a los agentes y así limitar el poder de las centrales de medios, estos pueden hacerse de todos los espacios publicitarios existentes, perjudicando los mercados del sector de la radiodifusión y al usuario final al poder dejar de ver publicitado algún producto que pudiera ser de su interés por causas ajenas del preponderante derivado de la sobre regulación.”
  + **Consideraciones del Instituto**. Es importante destacar que las agencias o centrales de medios son empresas no reguladas por el Instituto, que gestionan para sus clientes la planificación y compra de espacios publicitarios en los distintos medios de comunicación, siendo el AEP quien determina la disponibilidad de los espacios disponibles, sus precios y condiciones de venta, y son, precisamente, las condiciones en las que el AEP comercializa a terceros los espacios publicitarios lo que se busca transparentar.

Las medidas referentes a la publicidad buscan que el AEP dé un trato equitativo y no discriminatorio a todos los agentes que quieran contratar espacios publicitarios.

* **María del Rosario García Valdés**. “La medida permite que los anunciantes puedan tener acceso a los espacios publicitarios del preponderante, evitando así tratos discriminatorios. El conocer los espacios publicitarios de preponderante junto con los informes del IFT en el que se advierte que la televisión abierta ha disminuido en un 15% el tercer trimestre de 2015, frente al mismo trimestre de 2014, y el 18% el último trimestre de 2015, frente al mismo trimestre del 2014, ha hecho que el preponderante no pueda establecer condiciones para hacerse de los espacios publicitarios de éste.”
  + **Consideraciones del Instituto**. Las medidas referentes a la publicidad no le prohíben al AEP adquirir espacios publicitarios para sí mismo, sino que buscan evitar que se afecten las condiciones de competencia y la libre concurrencia en el sector de radiodifusión, por lo que se refiere a las condiciones en las que el AEP comercializa a terceros los espacios publicitarios.

# Participaciones sobre la Compartición de Infraestructura

* **Megacable S.A DE C.V**. “Tarifas por cada uno de los elementos de infraestructura pasiva. Dar certeza al concesionario solicitante de los costos correspondientes a este servicio.”

**Consideraciones del Instituto**. Una de las finalidades de la publicación de una oferta de referencia es brindar claridad, transparencia y certidumbre para los concesionarios solicitantes de servicios mayoristas, en ese sentido, se considera apropiado y necesario introducir en la oferta Oferta Pública de Infraestructura las tarifas correspondientes a los servicios mayoristas ofrecidos por el AEP.

* **Radiodifusión 2**. “Permite que los nuevos competidores inviertan en mayores contenidos y de calidad en su imagen, contrario a lo que sucedería si no se diera la compartición de infraestructura, hecho que ya es una realidad, hoy en día está disponible la infraestructura del preponderante para el que lo solicite de conformidad con la resolución de preponderancia. Como ejemplo tenemos que Grupo Imagen Multimedia llegó a un arreglo con el equipo de fútbol conocido con el nombre de Chiapas para la transmisión de los partidos, invirtiendo en contenidos y no en infraestructura. El que siempre esté disponible la infraestructura pasiva del preponderante para los nuevos competidores, permite que éste pueda contemplarla en su proyección de cobertura y alcanzar contenidos audiovisuales relevantes desde el inicio de sus transmisiones. Con esta medida es claro que en lugar de estar invirtiendo en infraestructura el nuevo concesionario está invirtiendo en contenidos ya que al estar siempre disponible la infraestructura pasiva del preponderante tiene asegurada la cobertura a la que está obligada.”
* **Jorge Resendiz**. “Como se puede ver de los últimos acontecimientos relevantes, Grupo Imagen Multimedia iniciará transmisiones en el segundo semestre del 2016, lo cual es posible gracias a la apertura en la infraestructura pasiva del preponderante. Si bien no se sabe cuánto pagó Grupo Imagen Multimedia por los derechos de transmisión de dos equipos de fútbol, es claro que el dinero que tiene para dar cumplimiento a su concesión se utiliza en contenidos al saber que tiene una total apertura para acceder a la infraestructura pasiva del preponderante en el momento que así lo solicite. Esta es una medida de largo plazo y que con el paso del tiempo veremos sus beneficios.”
* **Diego Suastegui de Sosa**. “Continuando con el análisis de la sobre regulación en el sector de la radiodifusión de conformidad con las medidas de preponderancia aún existentes, también tenemos la medida denominada "De la Infraestructura" la cual pretende auxiliar a los nuevos competidores al tener acceso a la infraestructura pasiva del preponderante, sin embargo pierde de vista que la excesiva regulación existente para incursionar en el sector minimiza la medida de compartición de infraestructura pasiva del preponderante. El IFT al imponer esta medida omitió analizar el mercado existente de infraestructura pasiva, siendo que un nuevo concesionario, además de la infraestructura pasiva del preponderante, también puede tener acceso a la infraestructura pasiva de otros agentes económicos, por lo que no se entiende la razón de solo regular al preponderante si la intención era que el nuevo competidor encontrara distintas opciones para el despliegue de su red. De lo anterior, es claro que el IFT a través de su Unidad de Política Regulatoria al momento de llevar a cabo la revisión de las medidas de preponderancia impuestas al sector de la radiodifusión, debe de analizar la manera en que están afectando a la industria, los mercados que derivan de esta y a los usuarios finales, y no sólo sobre regular al preponderante que de una u otra forma hacerlo afecta al sector en cuestión.”
* **Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.** “La medida ha cumplido su objetivo en el sector de la radiodifusión generando una apertura en el mercado estando disponible la infraestructura pasiva del preponderante para nuevos competidores que así lo soliciten. Puede ser injusta para el AEP que hizo la inversión inicial de infraestructura, pero si se le permite generar una utilidad puede funcionar para todos.

La medida consistente en la compartición de infraestructura pasiva ha logrado una apertura en el mercado de la radiodifusión al permitir que nuevos competidores tengan acceso a ésta para en dado caso iniciar operaciones para el despliegue de su servicio y la efectividad de la medida eliminando barreras a la entrada.

Como barrera de entrada debemos de entender todas aquellas dificultades u obstáculos que un agente económico puede encontrar al momento de entrar en un sector. En el sector de la radiodifusión tenemos que una barrera de entrada es la alta inversión inicial, el acceso a proveedores y canales de distribución y barreras legales siendo esta última la principal, ya que es necesario el obtener una concesión para prestar todo tipo de servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión, otorgándose solamente a personas físicas o morales mexicanas a través de un proceso de licitación pública entre otros requisitos.

La medida de compartición de infraestructura busca minimizar las barreras de entradas posteriores a la barrera legal, y la alta inversión que se requiere para entrar a este sector, ya que al existir de tener una mayor cobertura desde un inicio hace que el nuevo competidor o el concesionario que pueda solicitar el uso de la infraestructura aumente su cobertura, tenga una mayor presencia en el mercado y así sea más competitivo en el sector, por lo que el objetivo que se persigue y persiguió al momento de la declaración de un agente preponderante en el sector de la radiodifusión es eficiente al minimizar una barrera de entrada para la existencia de una competencia eficiente y efectiva en el sector de la radiodifusión, ya que la infraestructura pasiva se encuentra en todo momento disponible para el concesionario que de conformidad con la resolución de preponderancia pueda solicitarla.”

* **Televimex, S.A. de C.V**. “El AEP tiene la obligación de ofrecer la compartición de su infraestructura pasiva a otros concesionarios del sector de radiodifusión, en los términos de las medidas TERCERA a DÉCIMA SÉPTIMA de la Resolución de preponderancia. En cumplimento con dicha obligación, el AEP presentó ante ese Instituto una Oferta Pública de Infraestructura, misma que fue aprobada y puesta a disposición de los Concesionarios Solicitantes. Entendemos la motivación de ese Instituto al implementar esta medida y la utilidad de la misma en el mediano plazo, debido a que los títulos de concesión para radiodifusión adjudicados en el 2015 y los que se adjudicarán a corto plazo consideran planes flexibles de despliegue, sin embargo hacemos notar la carga y costos incurridos en la implementación de la misma, los cuales evidentemente impactan en la posición competitiva de las sociedades afectadas por la misma.”
  + **Consideraciones del Instituto**. La infraestructura pasiva, necesaria para prestar el servicio de televisión radiodifundida, puede considerarse como un recurso esencial no fácilmente replicable y, además, resulta ineficiente desde el punto de vista económico que los competidores tengan que duplicar o triplicar la infraestructura pasiva existente.

Por otro lado, la adquisición de infraestructura (costos iniciales o hundidos) necesaria para la operación, en el sector de la radiodifusión, resulta una importante barrera a la entrada para potenciales nuevos entrantes a dicho sector. Es por lo anterior que dentro de los propósitos establecidos en las medidas relativas a la infraestructura están los de reducir el tiempo de despliegue de las cadenas de televisión de cobertura nacional.

En ese contexto, al establecer las medidas referentes a la compartición de infraestructura, el Instituto consideró que las mismas no tendrían efectos adversos sobre las decisiones de inversión de los agentes participantes en el mercado, pues los precios y condiciones serían impuestos por el AEP y el Instituto cuidaría que tales decisiones se efectuaran con base en estándares nacionales e internacionales. Lo anterior, permite proteger los intereses del AEP a la vez que se protege el proceso de competencia y libre concurrencia.

Finalmente, vale la pena señalar que uno de los propósitos del Instituto al establecer las medidas referentes a la compartición de infraestructura es que se eliminen barreras a la entrada (altos costos de inversión y barreras legales) para agentes económicos interesados en ingresar al mercado y, de esta manera, reducir el tiempo de despliegue de cadenas de televisión de cobertura nacional.

# Participaciones sobre Temas Generales

* **Trebol Geovanny**. “Queda prohibido para el preponderante usar otras plataformas tecnológicas (televisión restringida y OTT). Velar que el preponderante no concentre otros mercados donde pueda dominar usando su poder económico y de radiodifusión para hacer crecer en otros mercados.”
  + **Consideraciones del Instituto**. Las medidas impuestas al AEP en el sector de la radiodifusión, a través de la Resolución de Preponderancia, buscan fomentar la competencia en el mercado de la televisión radiodifundida y permitir el acceso a nuevos competidores. En ese entendido, las medidas impuestas al AEP no son el conducto mediante el cual el IFT debe promover la competencia y libre concurrencia en mercados que no formen parte del sector de la radiodifusión.
* **Megacable S.A De C.V**. “Incorporar como parte de las medidas impuestas al Agente Económico Preponderante, los términos, condiciones y obligaciones inherentes a la retransmisión de señales radiodifundidas de las que el AP es titular, que brinden certeza a los concesionarios de televisión restringida respecto a la forma de retransmitir los contenidos radiodifundidos.

Señalar los términos y condiciones aplicables a la retransmisión de señales radiodifundidas, por concesionarios de televisión restringida.

Al día de hoy existen poblaciones del territorio Nacional donde técnicamente es inviable la retransmisión de señales radiodifundidas por parte de los concesionarios de televisión restringida, de tal manera que la Autoridad debe establecer medidas al respecto que permitan la libre competencia y que no violente lo señalado en la fracción II del artículo 6 de la Constitución Política el cual señala que “La Radiodifusión es un Servicio Público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sean prestados en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios a toda la población. Obligando al AP a proporcionar los parámetros y factibilidades técnicas necesarias para que el concesionario de televisión restringida retransmita las señales radiodifundidas en sus zonas de cobertura concesionadas.

El apartado debe garantizar el proceso de aplicación de la excepción aplicable al AP en las reglas de gratuidad establecidas en la LFTR, para que esto permita llevar un cabal y concreto proceso de aplicación a la Regla entre el AP y los Concesionarios de televisión restringida, estableciendo un criterio unánime por parte de la Autoridad. Hoy en día no hay un proceso/procedimiento a seguir por los Concesionarios de Telecomunicaciones, bajo el cual puedan solicitar al AP el cumplimiento de la excepción a las reglas de Gratuidad contempladas por la ley respectiva.”

* + **Consideraciones del Instituto**. En efecto, de conformidad con el artículo 6, fracción III, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Radiodifusión es un servicio público de interés general y el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia y calidad. En ese sentido, el Instituto ha emitido disposiciones que buscan cumplir con el mandato constitucional, entre ellas, la imposición de medidas asimétricas al AEP en dicho sector.

Por otro lado, la retransmisión de las señales de televisión radiodifundida por parte de los concesionarios de televisión restringida está mandatada a través del artículo Transitorio Octavo, fracción I del “Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6º., 7º., 27, 28, 73, 78, 94, y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones” y de los artículos 164 al 169 de la LFTR. En ese sentido, el Instituto emitió los “Lineamientos Generales en Relación con lo Dispuesto por la Fracción I del Artículo Octavo Transitorio del Decreto por el que se Reforman y Adicionan Diversas Disposiciones de los Artículos 6º., 7º., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en Materia de Telecomunicaciones”, lo cuales fueron publicados en el DOF el 11 de junio de 2013, a través de los cuales se establecen las condiciones para llevar a cabo la retransmisión de señales radiodifundidas.

Respecto a la excepción de gratuidad impuesta al AEP para la retransmisión de señales, está claramente dispuesto este que no tendrán derecho a la regla de gratuidad de los contenidos de radiodifusión o de la retransmisión gratuita y que deberán acordar las condiciones y precios de los contenidos radiodifundidos o de la retransmisión. Del mismo modo, se dispuso que, en caso de diferendo, el Instituto determinará la tarifa bajo los principios de libre competencia y concurrencia.

Por lo anterior, se considera innecesario incorporar medidas adicionales sobre la retransmisión de señales radiodifundidas a través de las medidas asimétricas impuestas al AEP en el sector de radiodifusión.

* **Televimex, S.A. de C.V**. “Es prioritario hacer notar a ese Instituto que mi representada se encuentra en una situación vulnerable ante la sobre regulación existente en materia de radiodifusión, electoral, clasificación de contenidos y salud, entre otras, la cual ha generado la multiplicación de esfuerzos y gastos erogados para acreditar el cumplimiento de las obligaciones, colaborar en investigaciones, requerimientos de información, etc., mismas que van en aumento conforme ese Instituto siga generando disposiciones en muchos casos -no necesarias-, las cuales, lejos de beneficiar al sector, desincentivan a concesionarios y se inhibe significativamente la concurrencia en el mercado.

Dicha sobre regulación debilita al sector e impide el cumplimiento de su principal consigna, que es la de prestar el servicio público de radiodifusión a partir de la adquisición del mayor número de contenidos posibles, y transmitirlo de manera rentable y gratuita a sus audiencias. Se hace notar que mi representada ha sido y será respetuosa de las decisiones de ese Instituto, sin embargo, es nuestra obligación reflejar o compartir algunas preocupaciones que derivan de los cambios y transformaciones del sector, los cuales sin lugar a dudas han sido también motivadas en gran parte por las Medidas de Preponderancia.”

* + **Consideraciones del Instituto**. El Instituto ha establecido con precisión y de manera oportuna, en la Resolución Bienal, el objetivo de las medidas asimétricas impuestas al AEP. Dichas medidas buscan cumplir con el mandato de la reforma constitucional que establece, en su transitoria Octava, la determinación del AEP y la imposición de medidas asimétricas para evitar daños la competencia y la libre concurrencia. Tan son necesarias dichas medidas asimétricas que el constituyente determinó su necesidad y ordenó al Instituto la imposición de estas.

Dichas medidas no tienen como objetivo desincentivar a concesionarios o inhibir significativamente la concurrencia en el mercado, por el contrario, buscan mejorar las condiciones de competencia y libre concurrencia en el sector de la radiodifusión.

* **The Competitive Intelligence Unit S.C.** “De conformidad con la revisión que está llevando actualmente el Instituto Federal de Telecomunicaciones respecto a las medidas impuestas al preponderante en materia de radiodifusión, es importante que tome en consideración los siguientes comentarios, ya que de lo que se puede advertir de los datos que ese mismo Instituto y derivado del gran dinamismo que está existiendo en este sector, las medidas están perjudicando seriamente no solo al agente económico preponderante, sino también al sector de la radiodifusión por completo.

1. Evolución del sector.

a. El sector de radiodifusión ha venido experimentando cambios sustanciales desde que se establecieron las medidas asimétricas al AEP en el sector radiodifusión en marzo de 2014 (las “Medidas de Preponderancia”).

b. Un primer factor importante es el entorno de creciente conectividad en el que nos encontramos, traducido en mayores y más veloces capacidades de transmisión de datos, así como en un contexto de masificación en la adopción de dispositivos inteligentes (Smartphones, tabletas, televisores, etc.) que favorece el consumo de contenidos audiovisuales más allá de las plataformas tradicionales (TV abierta y de paga).

a. Hoy es un hecho que estas plataformas han ganado terreno entre las preferencias de los consumidores en México. De manera que los servicios OTT ya compiten directamente con otras plataformas de transmisión de contenidos de video, como es el caso de la televisión de paga. En algunos mercados como es el caso de Estados Unidos y Brasil en el continente americano, comienzan a identificarse indicios de una regresión de las suscripciones de TV de paga frente a aquellas de servicios OTT.

b. Esta es una de las causas importantes que han generado un impacto en el uso tradicional de la televisión, la cual de acuerdo a información provista por el IFT en sus reportes trimestrales ha impactado en los porcentajes de participación que tienen los diversos medios involucrados. Se hace notar que dicha figura compara los diferentes trimestres para no malinterpretar las fluctuaciones por estacionalidad.

a. Como se puede apreciar en la Figura 1, la televisión radiodifundida, materia de esta discusión y de las Medidas de Preponderancia, es cada vez una menor proporción del uso de televisión encendida.

b. Como muestra la Figura 2, durante los últimos cuatro años se ha observado un crecimiento continuo en el número de usuarios utilizando estas plataformas OTT para tener acceso a los contenidos. Como ilustran los datos en la gráfica, a finales de 2015 estas dos plataformas alcanzaron a captar cerca de 4.7 millones de usuarios en conjunto.

c. Lo anterior se explica por dos fenómenos principales (i) la migración de las audiencias a otros medios regulados y no regulados, y (ii) el aumento en la adopción de aplicaciones de video sobre demanda (por sus siglas en inglés “OTT”) como lo son Netflix y Claro Video. Como se puede apreciar en la Figura 3 el 25.8% de los usuarios de plataformas OTT ya no cuentan con TV Abierta o de Paga.

d. Adicionalmente, tal situación también se puede apreciar en la disminución de los ingresos por publicidad de los dos mayores operadores de televisión radiodifundida a nivel nacional: Grupo Televisa y TV Azteca. Se hace notar que este decrecimiento no se debe a la entrada de un nuevo concesionario, ya que la nueva cadena no se encuentra operando, sino a que los gastos en publicidad de las empresas e instituciones deben ser repartidos entre un mayor número de plataformas, ver Figura 4.

e. En conclusión, las Medidas de Preponderancia para el Sector de Radiodifusión en proceso de evaluación son para un sector el cual, si bien es cierto continúa siendo significativo dentro del mercado nacional, éste se encuentra menguado tanto en la audiencia captada como en el total de los ingresos percibidos.

Es evidente que las medidas de preponderancia establecidas en el sector de Radiodifusión han tenido un efecto directo en la prestación de servicios del agente económico preponderante (AEP), teniendo resultados inmediatos palpables, particularmente en la compra de contenidos y anuncios publicitarios.

La caída del mercado publicitario, adicionado a la caída de las audiencias televisivas, finalmente está teniendo un efecto adverso en la industria creativa del país, dejándose de producir muchas horas de contenidos a nivel nacional. La industria creativa del país claramente requiere ser impulsada y retomar el liderazgo que tenía hace unos años a nivel internacional, y por tanto es esencial que el sector de la radiodifusión no se siga viendo afectado por medidas que tienden a sobre regularlo y hacerlo menos competitivo con el efecto directo que se ha visto en los últimos meses para los demás sectores que en gran medida dependen de la radiodifusión.

Lo anterior, no solo se debe a un dinámico mercado de los diversos sectores e industrias involucradas, en las cuales, las nuevas tecnologías demandan cambios rápidos a las necesidades de las audiencias, sino también a la poca adaptabilidad del sector de la radiodifusión debido a una desmedida regulación en diversos sectores, que no es exclusiva del IFT, sino también restricciones y regulaciones excesivas en materia electoral, de clasificación de contenidos, de salud, etc.

El IFT no debe perder de vista que la función principal de la radiodifusión es tener la posibilidad de adquirir el mayor número de contenidos posibles, y transmitirlos de manera rentable y gratuita a sus audiencias. La competitividad del sector se debe sustentar por tanto en el fortalecimiento de los radiodifusores para poder continuar sirviendo a sus audiencias quienes a través de ellos obtienen la fuente principal de contenidos, particularmente porque estos no tienen costo de acceso alguno para ellos.

Por lo anterior, el IFT debe revisar cuidadosamente que el sector, incluyendo el AEP se mantengan competitivos y cumpliendo con el servicio de interés público que prestan mediante la provisión de contenidos de manera gratuita para sus audiencias.

Es esencial que cualquier revisión de las medidas de preponderancia, se haga pensando en liberar de cierta medida la sobrerregulación existente, y sin perder de vista las circunstancias actuales del sector de radiodifusión, las cuales son muy distintas a las que existen en el mercado de telecomunicaciones.

Sin duda, se trata de dos sectores con tendencias completamente distintas. Es muy distinto regular a un AEP en una industria que se encuentra claramente decreciendo como es el caso de la radiodifusión, a un AEP en una industria con un empuje y crecimiento sustentado, como las telecomunicaciones.”

* + **Consideraciones del Instituto**. El Instituto identificó que, dada la integración vertical del AEP y su participación en diversas empresas que prestan servicios de radiodifusión, existían incentivos para que dicho agente económico aprovechara su posicionamiento en el sector de radiodifusión para distorsionar el proceso de competencia y libre concurrencia en otros mercados donde también compite, como por ejemplo la televisión restringida.

Además, los contenidos audiovisuales pueden representar recursos esenciales no fácilmente replicables, y constituirse, bajo ciertas condiciones, en una importante barrera a la entrada. En particular, el posicionamiento de mercado del AEP le puede dar la capacidad e incentivos para controlar contenidos audiovisuales relevantes y utilizar dicho control para restringir la entrada o crecimiento de competidores en la transmisión de señales de televisión radiodifundidas u otros servicios relacionados como el de televisión restringida.

Asimismo, es posible que dicho agente busque participar o permanecer en algún club de compra para mejorar los términos y condiciones de la adquisición de derechos de transmisión de contenidos audiovisuales propiedad de terceros, lo cual introduce el riesgo de que estas ventajas sean utilizadas en contra de competidores que no tienen acceso a los beneficios de estas compras conjuntas.

En función de lo anterior, las medidas referentes a los contenidos, establecidas en la Resolución de Preponderancia, pretenden evitar la denegación, restricción de acceso o acceso en condiciones discriminatorias a estos, por parte del AEP a los agentes económicos que compiten en el mercado de la radiodifusión. Además, buscan evitar posibles prácticas monopólicas por parte del AEP, como lo es la adquisición en exclusiva de ciertos eventos no recurrentes, entre otras prácticas que puedan poner en desventaja a sus competidores. No buscan inhibir el desarrollo de la industria de generación de contenidos, sino que buscan establecer las condiciones de adquisición de contenido en un trato no discriminatorio, de manera que sea posible para cualquier concesionario adquirir cualquier contenido y, por ende, la industria de contenido sea más competitiva.

No resulta redundante señalar que, con el propósito de verificar el cumplimiento de los objetivos señalados con anterioridad, el Instituto lleva a cabo un análisis de impacto de dichas medidas y en función del análisis realizado, se modificarán, suprimirán o añadirán medidas adicionales.