

Formato para participar en la consulta pública

Sector Radiodifusión

I. Datos del participante	
Nombre, razón social o denominación social:	Diego Suastegui de Sosa
En su caso, nombre del representante legal:	
Documento para acreditar la representación: (En caso de contar con representante legal, adjuntar copia digitalizada del documento que acredite dicha representación, vía correo electrónico).	Elija un elemento.
En términos de lo dispuesto en el artículo 21 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, y los artículos 68, último párrafo y 120 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, doy mi consentimiento expreso al IFT para la divulgación de mis datos personales contenidos en el presente formato.	Doy mi consentimiento para la publicación de mis datos personales.
AVISO IMPORTANTE	
<p>Los comentarios, opiniones y aportaciones presentadas durante la vigencia de la presente consulta pública, serán divulgados íntegramente en el portal electrónico del IFT y, en ese sentido, serán considerados invariablemente públicos. En caso de que los comentarios, opiniones y aportaciones contengan información que pueda ser considerada como confidencial o reservada, se entenderá que, quien participa en este ejercicio, otorga su consentimiento expreso para la difusión de la misma, cuando menos en el portal del IFT. Ello, toda vez que la naturaleza de las consultas públicas consiste en transparentar el proceso de elaboración de nuevas regulaciones, así como generar un espacio de intercambio de información, opiniones y puntos de vista sobre un anteproyecto regulatorio o situación específica que este órgano constitucional autónomo somete a la consideración del escrutinio público, en términos de lo dispuesto por el artículo 120, fracción I de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.</p>	

II. Comentarios y aportaciones específicas del participante			
Por medida aplicable al AEP en el sector de radiodifusión			
Medida o Numeral	Efectividad regulatoria y/o en términos de competencia	Propuesta de modificación o supresión de la medida	Justificación
Las medidas de preponderancia de Contenidos, Publicidades e Infraestructura.	Me parece que al regular al preponderante se perjudica directamente al usuario final.	Se deben de analizar los efectos que ocasionan al usuario final y no sólo limitar al preponderante por ser declarado como tal	El Instituto Federal de Telecomunicaciones 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 Instituto Federal de Telecomunicaciones, lo que afecta no sólo al agente económico preponderante 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 preponderancias 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 ó 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.
		<p>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.</p>
		<p>En esta tesitura es claro que el Instituto Federal de Telecomunicaciones 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.</p>
		<p>En adición a lo expuesto respecto a los contenidos, tenemos la medida denominada "<i>de la Publicidad</i>" que al igual que en la medida "<i>De los Contenidos</i>" 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 Agente Económico Preponderante 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</p>

		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.
		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 " <i>De la Infraestructura</i> " 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 Instituto Federal de Telecomunicaciones 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 Instituto Federal de Telecomunicaciones 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.
Nota: Favor de añadir cuantas filas considere necesarias.		
Medida adicional	Justificación	
Nota: Favor de añadir cuantas filas considere necesarias.		

III. Comentarios y aportaciones generales del participante
Nota: Favor de añadir cuantas filas considere necesarias.