

Ifetel: licitación de TV abierta será transparente

● Cadena Tres y Radio Centro darán a conocer sus propuestas

A pocos días de que se emita el fallo de la primera licitación de frecuencias de televisión abierta, el **Ifetel** tiene asegurada que cumplió al diseñar un proceso transparente que derivará en una mayor competencia, afirmó la integrante del órgano regulador, María Elena Estavillo.

Desde la emisión de la convocatoria, bases y todas las etapas del proceso de licitación, el pleno del **Ifetel** buscó generar condiciones para los nuevos jugadores en el mercado, indicó.

"Tomamos decisiones para que haya una buena competencia y que los nuevos jugadores tengan condiciones para crecer; nuestro objetivo es crear apertura y crecimiento eliminando barreras de entrada", indicó.

Todo ello, dijo, para que las audiencias tengan a su alcance nuevas alternativas en términos de contenidos, entretenimiento, información, opiniones, e incluso publicidad.

Mencionó que la participación de pocos interesados en las 246 frecuencias para televisión abierta digital fue uno de los escenarios previstos por el instituto, ya las perspectivas económicas y el desempeño del propio mercado inciden en las decisiones de los empresarios.

"Por eso diseñamos la licitación como se hizo, con una entrega de posturas desde el momento de solicitar la calidad de participantes; se hizo para cuidar la competencia y favorecer las mejores posturas".

Expectativas. La funcionaria confió en que el próximo 11 de marzo, en la sesión de apertura de los sobres con las posturas económica y de cobertura, habrá propuestas favorables para aumentar la competencia y beneficiar a los televidentes.

"El objetivo es que se asignen esas frecuencias, lo que queremos es que se usen en beneficio de la población; en una segunda estancia se podría ver que sea una postura económica atractiva, pero se privilegiará que las audiencias tengan más ofertas de contenidos", argumentó.

El o los nuevos concesionarios enfrentarán retos impor-

tantes como el despliegue de infraestructura y la generación de contenidos para competir con las dos grandes televisoras.

"El despliegue de infraestructura es importante, y por eso desde que declaramos a Televisa agente preponderante en el sector, le impusimos la obligación de dar acceso a su infraestructura pasiva para eliminar barreras de entrada", explicó.

La oferta de contenidos, añadió, es clave para competir con Grupo Televisa y Televisión Azteca, que en su conjunto concentran directa o indirectamente 95% de las concesiones; 96% de la audiencia y 99% de los ingresos por publicidad.

"Desarrollar contenidos y tener una oferta atractiva para atraer audiencias es otro reto, pues un nuevo competidor tiene que instalarse, ser reconocido y que la gente esté dispuesta a conocer algo nuevo. Tendrán que hacer una propuesta innovadora atractiva", añadió.

Este jueves 11 de marzo, el **Ifetel** y un fedatario público realizarán la sesión de apertura de los sobres que contienen las posturas económica y de cobertura de Cadena Tres y Grupo Radio Centro. ● **Notimex**

