

NUEVAS CADENAS DE TV

Proceso transparente en licitación televisiva

El IFT asegura que la audiencia tendrá nuevas alternativas en contenidos

NOTIMEX
dinero@gimn.com.mx

A unos días de que se emita el fallo de la primera licitación de frecuencias de televisión abierta en el país, el **Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT)** tiene la certeza de que cumplió al diseñar un proceso adecuado y transparente que derivará en una mayor competencia, aseguró la integrante del órgano regulador, María Elena Estavillo.

La funcionaria enfatizó que desde la emisión de la convocatoria, bases y todas las etapas del proceso de licitación, el pleno del **IFT** tuvo como prioridad generar condiciones favorables para los nuevos jugadores en el mercado.

“Hemos estado tomando decisiones con el ánimo de que

haya una buena competencia y que los nuevos jugadores tengan condiciones para crecer; nuestro objetivo ha sido generar apertura y crecimiento eliminando barreras de entrada”, señaló.

Todo ello, continuó, para que las audiencias tengan a su alcance nuevas alternativas en términos de contenidos, entretenimiento, información, opiniones, e incluso publicidad, lo cual sólo puede darse a través de una mayor competencia.

Dijo que la participación de pocos interesados en las 246 frecuencias para televisión abierta digital fue uno de los escenarios

previstos por el Instituto, ya que existen factores como las perspectivas económicas del país y el desempeño del propio mercado que inciden en las decisiones de los empresarios.

Metas

La funcionaria confió en que el próximo 11 de marzo, cuando se realice la sesión de apertura de los sobres que contienen las posturas económica y de cobertura, habrá propuestas favorables al objetivo de incrementar 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 lo que se privilegiará es la propuesta de cobertura, que las audiencias tengan más ofertas de contenidos”, argumentó.

“Hemos estado tomando decisiones para que haya una buena competencia y que los nuevos jugadores tengan condiciones para crecer.”

“Nuestro objetivo ha sido generar apertura y crecimiento eliminando barreras de entrada.”

MARÍA ELENA ESTAVILLO
COMISIONADA DEL **INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES**



Fecha 09.03.2015	Sección Dinero	Página 7
----------------------------	--------------------------	--------------------



Foto: Luis Enrique Olivares/Archivo

María Elena Estavillo, comisionada del IFT, comentó que los nuevos concesionarios enfrentarán retos como el despliegue de infraestructura.