

# CORPORATIVO

Rogelio Varela

## Osuna, a juicio de responsabilidades

Las concesiones se han convertido en la manzana de la discordia entre empresas de telecomunicaciones y medios electrónicos.



Claudio X. González.



Bruno Ferrari.



Alejandro Baillères.

Apenas ayer le decía que entre los concesionarios existe incertidumbre luego de que la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) determinó que sea la Comisión Federal de Telecomunicaciones el órgano encargado de otorgar, renovar y revocar concesiones de radio y televisión.

Y es que más allá de las diferencias con la Secretaría de Comunicaciones, que no son pocas, hay molestia en torno a las disposiciones tomadas por el presidente de Cofetel, **Héctor Osuna Jaime**, ya que ha desplazado a empresas que buscan elevar la competencia en varios mercados.

Uno de los expedientes a debate es el tratamiento que la Cofetel ha dado a la concesión del Canal 46 de televisión restringida, que pertenece a Cablevisión, uno de los negocios de Grupo Televisa, de **Emilio Azcárraga Jean**.

Algunos datos: El 17 de noviembre del año 2000, a sólo 13 días de concluir la administración de **Ernesto Zedillo Ponce de León**, el gobierno federal otorgó a favor de Cablevisión una concesión para usar, aprovechar y explotar una banda de frecuencias del espectro radioeléctrico para uso determinado (Canal 46).

En su momento la concesión se vio como el pago de favores a la empresa de avenida Chapultepec, sobre todo a la vista de los siguientes elementos de juicio:

El título de concesión (extrañamente publicado en el *Diario Oficial de la Federación*, el 10 de marzo de 2006, es decir, seis años después, justo hacia el final de otro sexenio) señala que Cablevisión debió empezar a prestar el servicio de televisión restringida 180 días después de otorgada la concesión, lo que no ocurrió, y que de acuerdo a lo dispuesto por la Ley Federal de Radio y Televisión, tendría que haber dado lugar a su inmediata revocación.

Como sabe, la Ley Federal de Comunicaciones dice que para aspirar a la renovación de una concesión se establece que la solicitud debe presentarse antes de que inicie la última quinta parte de su vigencia, es decir, Cablevisión debió haber entregado la solicitud a la SCT antes de noviembre de 2008, lo que tampoco sucedió, violando por segunda ocasión la ley.

Por si ello no bastara, en febrero del mismo 2008 la Cofetel emitió una opinión a favor de que la SCT autorizara a Cablevisión la realización de "pruebas experimentales con las tecnologías DVB-H, Media FLO y DMB, utilizando la frecuencia del canal 46 de UHF".

La autorización sólo podría darse a condición de que la concesionaria cumpliera en tiempo y forma con los siguientes requisitos:

1) Las pruebas experimentales deberán ser por un tiempo determinado, sin exceder los dos años;

2) Garantizar que tanto la calidad y continuidad de los servicios de telecomunicaciones que actualmente tiene concesionados, no se vieran afectados;



Continúa en siguiente hoja

Fecha 26.11.2009	Sección Negocios	Página 18
---------------------	---------------------	--------------

3) No aprovechar o explotar comercialmente, por sí o a través de terceros, los servicios experimentales; y

4) Presentar un reporte completo de las pruebas realizadas, así como de los resultados obtenidos al término de las pruebas experimentales.

Es evidente que Cablevisión no cumplió con ninguno de estos requisitos, en virtud de que durante los casi diez años de la concesión que pretende ilegalmente conservar, no ha utilizado la frecuencia referida, lo cual constituye desde entonces una flagrante violación a la ley, y que Héctor Osuna dejó pasar.

Como le digo, hay molestia entre las empresas que no han logrado renovar concesiones que venían explotando, con todo lo que ello implica para inversiones realizadas en últimos años.

Ese malestar ha trascendido en el Congreso, de ahí que se habla que algunos legisladores buscarán promover un juicio de responsabilidades en contra de Osuna por la disparidad de criterios para otorgar o refrendar concesiones, máxime que la SCJN ha reiterado sus facultades.

## La ruta del dinero...

### IED en caída libre

Aunque el director de ProMexico, Bruno Ferrari, sostuvo que el ajuste en la calificación a la deuda soberana no pegará en los flujos de inversión al país, el panorama no es positivo. Y es que el Banco de México, al divulgar su información sobre la balanza de pagos al tercer trimestre, encendió los focos rojos al señalar que en ese periodo hubo un flujo negativo de Inversión Extranjera Directa (IED) por 637 millones de dólares, lo que no se veía desde los sesenta. Para poner las cosas en perspectiva, esto no ocurrió en crisis generadas por factores internos como las de 1982, 1987 y 1995. La realidad es que México esta perdiendo competitividad a pasos agigantados, algo que ya detectaron las agencias calificadoras, y que desde el gobierno federal se ha tratado de minimizar.

### IP en foro de pobreza

Empresarios al más alto nivel se dieron cita en el foro "Por un México sin pobreza", organizado por la Sedesol, de Ernesto Cordero, en lo que se interpretó como una especie de *operación cicatriz* luego de los desencuentros de las últimas semanas por el tema fiscal. Entre los asistentes anote a Claudio X. González, presidente del poderoso Consejo Mexicano de Hombres de Negocios, quien coincidió con el jefe del Ejecutivo en que la lucha contra la pobreza debe ser una prioridad. Y bueno, se comprometió a que las empresas más grandes del país participarán en el establecimiento de condiciones de bienestar y equidad para reducir la marginación que padecen millones de mexicanos, lo que deberá traducirse en la creación de más empleos.

### GNP se sube a Twitter

Uno de los primeros corporativos que ha identificado el enorme potencial de Twitter en los negocios es Grupo Nacional Provincial (GNP), la aseguradora que tiene como mandamás a Alejandro Baillères Gual y que ocupa el primer sitio en varios mercados. La idea de GNP al subirse a las redes sociales es mejorar el servicio a clientes y ofrecer en tiempo real información sobre cualquier producto. Twitter también se ve como uno de los canales más ágiles para orientar a sus asegurados ante siniestros de relevancia y que lamentablemente se han multiplicado en los últimos años, como son las inundaciones.

Viñetas: Ezquerro

[rvarela@elfinanciero.com.mx](mailto:rvarela@elfinanciero.com.mx)