Preguntas frecuentes

Sectorial

Medios de comunicación

1. ¿Cuál es la sanción por no cumplir con las condiciones de elegibilidad?

En caso de que el titular de una Carta de intención (LoI) no cumpla con las condiciones de elegibilidad para el Acuerdo de concesión de permiso o no firme el Acuerdo de concesión de permiso dentro del período prescrito, el depósito total del monto de la oferta será perderá sin previo aviso, y la Carta de Intención y la asignación de frecuencia, si la hubiera, quedarán canceladas.

2. ¿Qué es la autorización y la asignación de frecuencia de la SACFA?

'SACFA' significa el 'Comité Asesor Permanente sobre Asignación de Radiofrecuencias' del ala de Planificación y Coordinación Inalámbrica del Ministerio de Comunicaciones y TI, Gobierno de la India. `` Asignación de frecuencia '' significa la portadora de radiofrecuencia (RF) específica con parámetros técnicos asociados, como potencia de RF, ancho de banda, etc., al canal de FM en particular asignado por el ala de Planificación y Coordinación Inalámbrica del Departamento de Telecomunicaciones, Ministerio de Comunicaciones y TI. , Gobierno de India.

3. ¿Cuáles son los criterios de elegibilidad para obtener el permiso del canal de radio FM?

Solo las empresas registradas bajo la Ley de Compañías de 1956 son elegibles para licitar y obtener permiso para canales de radio FM. Sin embargo, los siguientes tipos de empresas no son elegibles para postularse: a) Empresas no constituidas en India. b) Toda empresa controlada por persona condenada por un delito que implique depravación moral o blanqueo de capitales / tráfico de drogas, actividades terroristas o declarada insolvente o solicitada por insolvencia. c) Una empresa asociada de / o controlada por un Fideicomiso, Sociedad u Organización sin Fines de Lucro. d) Una empresa controlada o asociada a una entidad religiosa. e) Una empresa controlada o asociada a un organismo político. f) Cualquier empresa que funcione como agencia de publicidad, sea asociada de una agencia de publicidad o esté controlada por una agencia de publicidad o persona asociada a una agencia de publicidad. g) Compañía subsidiaria de cualquier solicitante en la misma Ciudad. h) Sociedad holding de cualquier solicitante en la misma Ciudad. i) Empresas con la misma gestión que la de un

Copyright © 2024 Invest India. All Rights Reserved.

solicitante en la misma Ciudad. j) Más de una empresa interconectada en la misma ciudad. k) Una empresa que haya sido inhabilitada para participar en el proceso de licitación o su holding o subsidiaria o una empresa con la misma dirección o una empresa interconectada. l) Los incumplidores de las condiciones de la Fase-I y la Fase-II, que han impugnado la revocación de sus cartas de Intención / Acuerdos de Licencia / Garantías Bancarias, por lo tanto continúan excluidos de participar en cualquier proceso de licitación futuro.

4. ¿Cuál es la visión general del sector de los medios de comunicación y el entretenimiento en la India y el desempeño de este sector en los últimos tiempos?

El sector indio de medios y entretenimiento está valorado en aproximadamente $ 12 mil millones en 2015 y se espera que se duplique para 2020. De los diversos subsectores, uno de los subsectores de mayor crecimiento sería la publicidad digital con una tasa compuesta anual del 30%. Además, se sabe que India tiene el segundo mercado de televisión más grande del mundo. El desempeño del sector se puede encontrar en el informe de logros en el siguiente enlace.

Copyright © 2024 Invest India. All Rights Reserved.