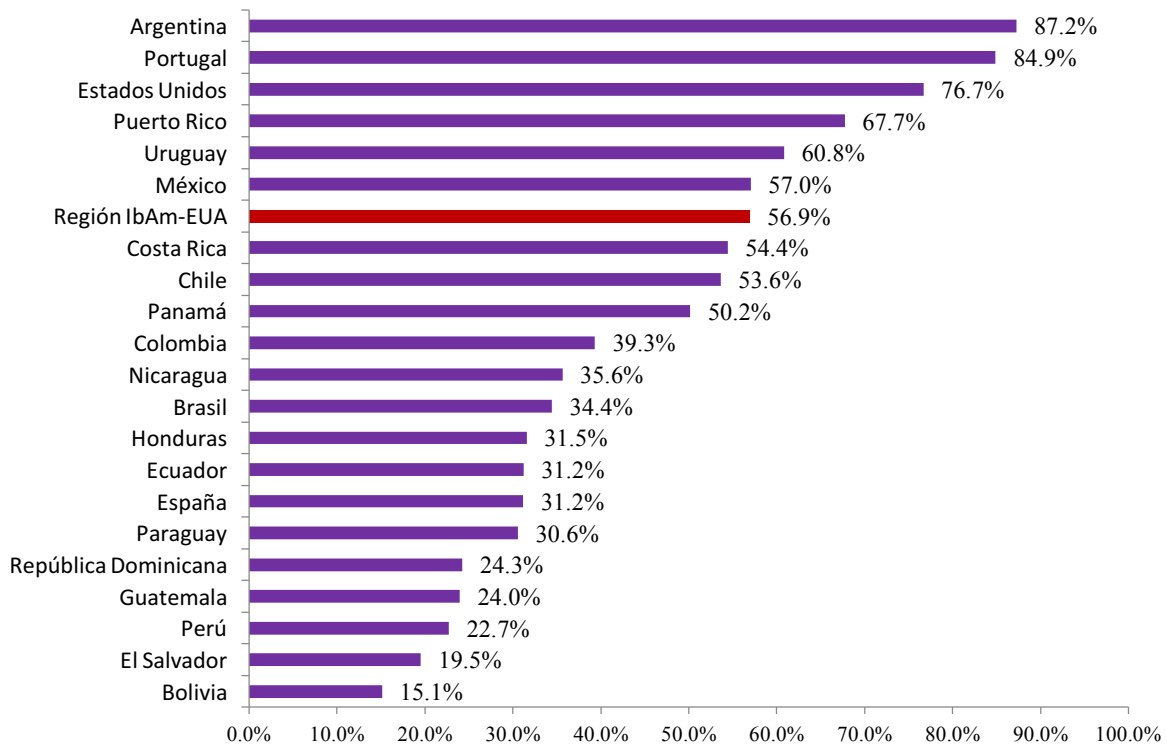


LA OTI PRESENTA ANÁLISIS SOBRE LA ADOPCIÓN DE TELEVISIÓN RESTRINGIDA EN IBEROAMÉRICA Y EUA AL PRIMER TRIMESTRE DE 2016, 1T16

- 56,7% de los hogares en la región IbAm-EUA cuenta con el servicio de TV restringida, lo que representa un incremento de sólo 0.1 puntos porcentuales respecto al periodo del año anterior

Los países en los que se identifica una mayor concentración de mercado, se relacionan con menores niveles de adopción del servicio. En la región integral Iberoamérica-Estados Unidos de América (IbAm-EUA), 56.7% de los hogares cuenta con el servicio de televisión restringida al primer trimestre de 2016 (1T16), lo que representa un incremento de 0.1 puntos porcentuales respecto al mismo periodo del año anterior.

**Adopción de Televisión Restringida en IbAm-EUA, 1T16
(% de Hogares)**



Fuente: The Competitive Intelligence Unit con base en información de órganos reguladores y operadores

En seguida, se analizan diversos factores que explican la adopción al servicio de televisión restringida en hogares de los países de IbAm-EUA.

- La adopción del servicio está directamente relacionada con el nivel de ingreso promedio por habitante. Entre más alto es este indicador, un mayor número de personas pueden acceder al servicio.
 - Por ejemplo, tanto Bolivia como El Salvador registran los niveles más bajos de penetración de TV restringida (15.1% y 19.5%, respectivamente).
 - Coincidentemente, en esos países se encuentran los consumidores que menores ingresos perciben a nivel regional.
- Aquellos países en los que se identifica una mayor concentración de mercado, se relacionan con menores niveles de adopción del servicio. Ello como consecuencia de las características que comúnmente presentan los mercados con escasa competencia, tales como: altos precios, deficiente calidad, limitada variedad de paquetes para distintos niveles socioeconómicos y bajos incentivos a la inversión por parte de competidores o nuevos entrantes.
 - Por ejemplo, Argentina y los Estados Unidos de América son dos de los mercados con bajos niveles de concentración a nivel regional y se posicionan en el primer y tercer lugar en términos de adopción del servicio.
 - En contraste, el mercado de TV restringida en El Salvador presenta un nivel elevado de concentración entre los países de la región y, a su vez, se identifica como el segundo mercado con menor penetración del servicio.
- Mercados con niveles altos en precios de los paquetes de televisión restringida se asocian con una menor adopción, debido a su limitada asequibilidad para los hogares.
 - Tal es el caso de Perú, mercado que se encuentra entre aquellos que registran precios altos del servicio en el comparativo regional y que se sitúa dentro de los últimos lugares en adopción del servicio con 22.7 suscripciones por cada 100 hogares.
 - Por otro lado, en México los precios de algunos paquetes de televisión restringida destacan por ser de los más accesibles en la región, en consecuencia, su adopción supera el promedio regional al registrar 57 suscripciones por cada 100 hogares.
- Aunque la penetración del servicio en Estados Unidos es una de las más elevadas entre los países de IbAm-EUA, ésta identifica una tendencia

decreciente, en razón de la competencia frontal con plataformas digitales de contenidos audiovisuales bajo demanda. En contraste, estas plataformas en Latinoamérica aún se consideran como un complemento al servicio de televisión restringida, debido a que, en ocasiones, la deficiente calidad y limitada capacidad de transmisión de datos de la banda ancha impide el acceso a contenidos audiovisuales a través de internet. Un ejemplo es el caso de Colombia, donde tan sólo 2.7% de las personas utilizan servicios Over The Top (OTT)¹ como medio principal de acceso a contenidos audiovisuales².

- El dimensionamiento de la piratería es un factor relevante en la medición de la adopción al servicio. En países en los que se alcanzan niveles de limitado acceso a la televisión restringida, son a su vez los que presentan una mayor contabilidad de conexiones ilegales. Las principales circunstancias que propician esta situación son la transmisión de señales no codificadas, la baja asequibilidad del servicio y la falta de supervisión regulatoria para impedir la retransmisión ilegal de contenido.
 - Ello se ejemplifica con los casos de Bolivia, El Salvador y República Dominicana, países que ostentan una alta proporción de conexiones ilegales y consecuentemente, reducidos niveles de adopción legal al servicio.
- Otro factor relevante que explica la mayor adopción de televisión restringida en los hogares, es la marcada preferencia de los consumidores por contenidos bajo esta plataforma. A pesar del costo de acceso frente a la televisión abierta, su contratación se incrementa por su elevada calidad y cobertura, como es el caso de Argentina, en contraste con España. Asimismo en razón de las economías que resultan para los consumidores de contratar empaquetamientos que incluyen el servicio de TV de restringida, como en el caso de Portugal.
- Cabe destacar que en el análisis no se incluye la adopción del servicio en Venezuela, debido a que la inestabilidad política y crisis económica que enfrenta el país dificulta la obtención de información precisa por parte de los operadores y las instituciones públicas correspondientes. Sin embargo,

¹ Los servicios Over The Top se definen como contenido televisivo y de video obtenido a través de una conexión de internet de alta velocidad. Este servicio puede estar condicionado a contar con una suscripción mensual, algunas empresas oferentes bajo esta modalidad son Netflix, Claro Video, Movistar Play, entre otras.

² Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (MinTIC). La Oportunidad de la TV abierta. Septiembre, 2016. Disponible en: <http://bit.ly/2g5mNYX>



Organización de Telecomunicaciones
de Iberoamérica

existen indicios de que la contabilidad de suscripciones se ha reducido y consecuentemente, la adopción en los hogares: aunque no es posible verificar la magnitud de esta disminución.

En resumen, los niveles de adopción de televisión restringida en los países de la región IbAm-EUA responden a diversos factores como el ingreso promedio por habitante, la concentración de mercado, la asequibilidad en precios de los paquetes, el nivel de conexiones ilegales, la competencia frente a otras plataformas de contenidos audiovisuales, las preferencias de los consumidores, y las economías que representan los empaquetamientos, entre otros.

-O-

Acerca de la OTI

La Organización de Telecomunicaciones de Iberoamérica (OTI) es un espacio de colaboración, diálogo, reflexión y acción para que las principales empresas de contenidos y de telecomunicaciones de la región iberoamericana y Estados Unidos, contribuyan a promover el desarrollo de contenidos audiovisuales y el acceso a servicios de conectividad en cada uno de los países y mercados en los que éstas participan. La importancia de esta asociación que aglutina de manera conjunta audiencias y consumidores por cerca de 500 millones de personas e ingresos anuales de más de 127 mil millones de dólares obedece a que las comunicaciones viven una impresionante y constante evolución.

Contacto

Ingrid Motta

BrainGame Central

ingridmotta@braingame.biz

Móvil: +52 5512491739

Araceli Ruiz

Directora de Cuenta

BrainGame Central

araceli.ruiz@braingame.biz

Móvil: +52 5541768637