



Organización de Telecomunicaciones
de Iberoamérica

BOLETÍN DE PRENSA OTI - 023

Ciudad de México, 6 de marzo de 2017.

ANÁLISIS SOBRE INGRESOS DEL SEGMENTO DE TELEVISIÓN RESTRINGIDA EN IBEROAMÉRICA Y EUA DEL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2016

- En la región integral IbAm-EUA los ingresos del segmento de televisión restringida alcanzan \$32.4 mil millones de dólares (mmd) en el 2T16, equivalente a un incremento nominal anual de 4.2%.
- Los ingresos del segmento son ascendentes en prácticamente todos los países de la región.

Los ingresos generados por el segmento de televisión restringida en la región integral de Iberoamérica y Estados Unidos de América (IbAm-EUA) ascienden a \$32,434 millones de dólares durante el segundo trimestre de (2T16), lo que equivale a un crecimiento anual en dólares constantes¹ de 4.2% respecto al mismo periodo del año anterior. En el caso particular de Iberoamérica, los ingresos generados en el mismo periodo contabilizan \$5,685 millones de dólares, lo que representa un incremento anual de 12.0%.

En términos generales, la tendencia que observan los ingresos del segmento es ascendente en prácticamente todos los países de la región. La fase de expansión en la adopción del servicio que registran varios mercados es el principal motor de crecimiento de suscripciones y, consecuentemente, de los ingresos.

Algunos proveedores del servicio han introducido paquetes básicos a precios asequibles con el objetivo de incorporar en su base de suscriptores a aquellos de niveles socioeconómicos bajos. Asimismo, la provisión de servicios empaquetados posibilita la generación de economías para el consumidor, lo que detona la adopción y los ingresos de televisión restringida.

¹ En periodos recientes, se registran depreciaciones significativas en el tipo de cambio con respecto al dólar de diversas monedas de la región de Latinoamérica. Con el objetivo de aislar el efecto cambiario, el crecimiento de los ingresos se calcula en dólares constantes, al tipo de cambio del 2T16.

Ingresos del Segmento de Televisión Restringida de IbAm-EUA, 2T16



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

EL CASO DE ESPAÑA

El servicio de televisión restringida en España generó ingresos por \$770.8 millones de dólares en el 2T16, equivalente a un crecimiento anual de 33.2%. Cabe destacar que el mercado ha crecido de forma significativa a partir del desarrollo de redes convergentes.

- Desde inicios de 2014, las suscripciones y los ingresos han crecido a una tasa promedio anual de 17.3% y 14.5%, respectivamente. Mientras que, en el trienio anterior, se registraron razones de crecimiento promedio de suscriptores e ingresos de -2.7% y 2.6%, respectivamente.
 - El principal motor de crecimiento ha sido la contratación de televisión restringida a través de redes digitales o de fibra óptica, tecnologías que permiten el empaquetamiento de servicios de telecomunicaciones.
 - De esta forma, las suscripciones por esta vía superan aquellas satelitales, de TDT de paga y por cable.
- Existe una extensa oferta de paquetes que incluyen los servicios fijos de banda ancha y telefonía, televisión restringida, así como servicios móviles de telefonía y datos.
 - La contratación de más de un servicio con el mismo operador habilita precios más bajos, derivado de las economías que surgen de la provisión de paquetes.
 - Por ello, al cierre de 2015, alrededor de dos terceras partes (63.9%) de los suscriptores a televisión restringida, contrataron el servicio empaquetado con servicios fijos de banda ancha y telefonía y móviles (telefonía y datos).
 - De los 13 millones de paquetes contratados en España, 80.0% incluyen televisión restringida, lo cual indica una marcada preferencia por el servicio.

El mercado español registra un acentuado crecimiento de ingresos impulsado por la creciente adopción del servicio que caracteriza al mercado en los últimos años. La provisión del servicio a través de redes digitales explica el aumento de contratación de paquetes que incluyen, en su mayoría, el servicio de televisión restringida.

EL CASO DE PARAGUAY

El mercado paraguayo registra ingresos por \$36.4 millones de dólares al 2T16, lo que representa un incremento anual de 24.8% respecto al mismo período del año anterior. En

periodos recientes, el mercado ha mostrado una dinámica de crecimiento tanto en términos de suscriptores como de ingresos.

- Los operadores atribuyen el aumento en ingresos principalmente a la ampliación en la base de suscriptores de los últimos años, tal que el mercado paraguayo se encuentra en una fase de expansión.
 - En el último año, las suscripciones al servicio registraron un crecimiento de 8.3%, lo que continúa la tendencia observada en trimestres anteriores con tasas anuales de crecimiento superiores al 10.0%.
 - La penetración del servicio se ubica en la vecindad del 30% de hogares, aún por debajo del promedio regional, pero con un crecimiento potencial significativo a partir de la oferta de paquetes asequibles en precios.
- La introducción de nuevas estrategias de mercado, así como de nuevos operadores ha detonado la contratación del servicio y consecuentemente los ingresos del mercado.
 - La diversidad de paquetes que ofrecen los operadores habilitan la adopción del servicio para todos los niveles socioeconómicos.
 - Algunos operadores con oferta satelital han habilitado el esquema de prepago con el objetivo de incorporar a usuarios con menor capacidad adquisitiva.
 - La transmisión y, en algunos casos, la exclusividad de transmisión de eventos deportivos ha tenido un efecto sustancial en la expansión de la huella comercial de los operadores.
 - En 2014, entró al mercado un operador de televisión satelital que extendió la oferta y cobertura del servicio.
- La adopción de televisión restringida se ha detonado en aquellos países con una oferta considerable de servicios convergentes. Hasta el momento, los usuarios y operadores de Paraguay no se benefician de las economías generadas por el empaquetamiento de servicios, lo que limita su contratación.
 - La oferta de servicios de *triple play* sólo puede ser provista por el operador estatal, en razón de que es el único proveedor del servicio de telefonía fija.
 - Aunado a ello, su participación en el mercado de televisión restringida es poco significativa.
 - Existe una oferta limitada de paquetes en modalidad de *doble play*.
 - Algunos operadores que ofrecen los servicios de banda ancha fija y televisión restringida no se benefician de la convergencia, puesto que proveen este último vía satélite.

En diversos mercados de la región se identifica una marcada preferencia y creciente contratación de servicios empaquetados, factores que han detonado consecuentemente, la adopción de televisión restringida. Si bien en el caso de Paraguay se manifiesta una tendencia ascendente en suscripciones, la reducida disponibilidad de servicios convergentes limita el crecimiento potencial de adopción y la consecuente generación de ingresos.

La región integral de IbAm-EUA identifica un crecimiento dinámico en el mercado de televisión restringida. La introducción de nuevos esquemas tarifarios asequibles ha empujado al alza la contratación del servicio, especialmente en aquellos mercados con menor penetración del servicio. Por su parte, la oferta de servicios empaquetados representa una oportunidad para detonar la adopción de televisión restringida, derivado de las economías que implica tanto para los consumidores como para los proveedores de servicios convergentes.

-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

Alejandro Hernández Pulido - Director de Comunicación OTI

ahernandezp@otitelecom.org

Tel. 55 69943991

Ingrid Motta - BrainGame Central

ingrid.motta@braingame.biz

Móvil: +52 5512491739