

SALAZAR & SOLÍS ABOGADOS, S.C. Av. Álvaro Obregón 270 interior 150 – A Col. Hipódromo, C.P. 06100, Cuauhtémoc

Tel: 5511689893

Ciudad de México, a 04 de enero de 2021

ASUNTO: Síntesis de **COMUNICADO**: "La Unidad de Competencia Económica del IFT presenta el Estudio de Diagnóstico del Servicio de Televisión y Audio Restringidos (STAR)".

El martes 29 de diciembre de 2020, el IFT emitió el Comunicado 109/2020. [i]

(http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/la-unidad-de-competencia-economica-del-ift-presenta-el-estudio-de-diagnostico-del-servicio-de)

De dicho **COMUNICADO** se destaca lo siguiente:

- La <u>Unidad de Competencia Económica</u> del IFT presenta el <u>Estudio de Diagnóstico del Servicio de Televisión y Audio Restringidos (STAR)</u> en México, en el cual se detalla la evolución reciente (2013-2019) y el estado actual de este servicio, incluyendo su relevancia, características de la oferta y la demanda, concentración de mercado a nivel nacional y municipal, diversos aspectos del acceso a insumos de infraestructura y contenidos audiovisuales y un resumen de las operaciones más relevantes que se han llevado a cabo entre particulares.
- El Estudio concluye que, a pesar de la diversificación del consumo de contenidos audiovisuales en otros medios, principalmente <u>Internet</u>, el **STAR** mantiene su relevancia en términos económicos, al registrar ingresos por <u>casi 58 mil millones de pesos en 2019</u>; de cobertura, pues a través de la tecnología satelital puede llegar a todo el país y prácticamente todos los municipios en México registran al menos un acceso a este servicio; de usuarios, ya que, en **2019** se registraron <u>20.2 millones de accesos</u> y una penetración de <u>58 accesos por cada 100 hogares.</u>
- En cuanto al acceso a insumos para la provisión del STAR, la regulación Must carry / Must offer ha favorecido que los proveedores del servicio, independientemente de su escala y poder de negociación, puedan acceder a los canales de TV Abierta; en particular, se identifica que los proveedores del STAR incluyen en sus ofertas básicas un promedio de 18 canales de TV Abierta.

En el resto de las categorías programáticas, con excepción de Series y Películas, un solo proveedor mayorista de contenidos concentra canales que acumulan más de **40%** de la audiencia en su categoría; por ejemplo, <u>Televisa en Entretenimiento y Música, Disney en Infantil, Discovery en Fáctico y Fox en Deportes.</u>





SALAZAR & SOLÍS ABOGADOS, S.C. Av. Álvaro Obregón 270 interior 150 – A Col. Hipódromo, C.P. 06100, Cuauhtémoc Tel: 5511689893

- En cuanto a la oferta, se identifica que, <u>al cuarto trimestre de 2019</u>, a nivel nacional, existen alrededor de 305 proveedores del STAR distintos, aunque los <u>principales proveedores</u> son <u>Televisa, Megacable, Dish, Total Play y STAR TV</u>, que ofrecen un promedio de 74 canales en los paquetes básicos; servicio individual o empaquetado con otros servicios de telecomunicaciones (paquetes doble play y triple play); y con servicios OTT de contenido audiovisual (como Netflix, Blim TV y Claro Video).
- A nivel nacional, **55%** de los hogares con **STAR** lo contratan en single play, **28%** en paquete triple play y **17%** en doble play; asimismo, se indica que el índice del servicio de televisión de paga se incrementó **18.5** puntos entre el primer trimestre de 2013 y el cuarto trimestre de 2019.
- Los resultados completos del Estudio pueden consultarse en: http://www.ift.org.mx/industria/competencia-economica/competencia-economica/estudios

Atentamente

Rubén Salazar Guerra y Sofía Solís Mora Salazar & Solís Abogados, S.C.

f



