

## Comunicado de Prensa No. 109/2020

Ciudad de México, a 29 de diciembre de 2020.

### LA UNIDAD DE COMPETENCIA ECONÓMICA DEL IFT PRESENTA EL ESTUDIO DE DIAGNÓSTICO DEL SERVICIO DE TELEVISIÓN Y AUDIO RESTRINGIDOS (STAR)

- *El documento presenta un diagnóstico de la provisión del Servicio de Televisión y Audio Restringidos (STAR) que abarca el periodo 2013-2019.*
- *El Estudio aborda la evolución reciente y el estado actual de este servicio, incluyendo su relevancia, las características de la oferta y la demanda, la concentración de mercado a nivel nacional y municipal, aspectos del acceso a contenidos audiovisuales y un resumen de las operaciones más relevantes entre agentes económicos que involucran la provisión del STAR.*
- *En cuanto al acceso a insumos para la provisión del STAR, destaca que la regulación de must carry / must offer ha permitido que los proveedores del servicio puedan ofrecer un promedio de 18 canales de TV abierta a sus usuarios.*

La Unidad de Competencia Económica del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) presenta el Estudio de Diagnóstico del Servicio de Televisión y Audio Restringidos (STAR) en México, en el cual se detalla la evolución reciente (2013-2019) y el estado actual de este servicio, incluyendo su relevancia, las características de la oferta y la demanda, la 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 Internet, el STAR mantiene su relevancia en términos económicos, al registrar ingresos por casi 58 mil millones de pesos en 2019; 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 20.2 millones de accesos y una penetración de 58 accesos por cada 100 hogares.

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

## Comunicado de Prensa No. 109/2020

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. Sin embargo, en el resto de 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, Televisa en Entretenimiento y Música, Disney en Infantil, Discovery en Fántico y Fox en Deportes.

En cuanto a la oferta, se identifica que, al cuarto trimestre de 2019, a nivel nacional, existen alrededor de 305 proveedores del STAR distintos, aunque los principales proveedores son Televisa, Megacable, Dish, Total Play y STAR TV, 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).

El estudio señala que los hogares en localidades urbanas adquieren el STAR en mayor medida con operadores de redes terrestres, con una importante contratación de paquetes; mientras que los hogares en localidades rurales contratan el servicio en mayor medida con operadores satelitales y lo adquieren de forma individual.

También se observa que, 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.

Sobre las condiciones de competencia en la provisión del STAR, el Estudio identifica, entre otros, los siguientes elementos:

- Televisa es el principal proveedor del STAR en 2 mil 253 municipios, con participaciones entre 38% y 100%; Megacable es líder en 141 municipios, con participaciones entre 33% y 92%; y Dish es el número uno en 49 municipios, con participaciones entre 41% y 100%.

## Comunicado de Prensa No. 109/2020

- A nivel nacional, Televisa se ha mantenido como el principal proveedor del STAR, con una participación de 65% en 2019.
- En 2 mil 357 municipios, el proveedor líder en 2013 continuó siendo líder en 2019.
- Altos niveles de concentración (en 2019, a nivel nacional, el IHH es de 4 mil 626 puntos; mientras que en 2 mil 380 municipios, el IHH es superior a 4 mil puntos); y
- Se han llevado a cabo 18 operaciones (13 en términos de la Ley Federal de Competencia Económica y 5 en términos del artículo noveno transitorio de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión) entre diversos agentes económicos, que les han permitido ampliar su cobertura o tener acceso a más contenidos para la provisión de STAR.

Los resultados completos del Estudio pueden consultarse en:

<http://www.ift.org.mx/industria/competencia-economica/competencia-economica/estudios>

-----\*\*\*\*\*-----  
El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) es el órgano autónomo encargado de regular, promover y supervisar el desarrollo eficiente en los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones en México, además de ejercer de forma exclusiva las facultades en materia de competencia económica en dichos sectores, de conformidad con el Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6, 7, 27, 28, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2013.

Coordinación General de Comunicación Social  
Insurgentes Sur 1143 1er. Piso, Col. Nochebuena,  
Benito Juárez. C.P. 03720  
Tels. 55 50 15 40 00 ext. 4735, 2729 y 2038

INGRESA A NUESTRO PORTAL: [WWW.IFT.ORG.MX](http://WWW.IFT.ORG.MX)

