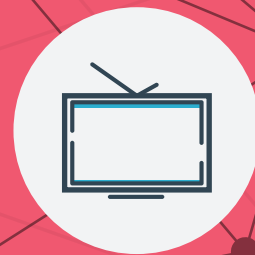


# Estudio de diagnóstico del Servicio de Televisión Radiodifundida en México

Unidad de Competencia Económica

Dirección General de Consulta Económica

Marzo de 2020



# AVISO LEGAL

---

Este estudio se publica con el objeto de ofrecer información detallada y objetiva para que el público en general pueda tener una visión más clara sobre la evolución reciente y el estado actual de las condiciones económicas en la provisión del servicio de televisión radiodifundida en México.

Su realización estuvo a cargo de la Unidad de Competencia Económica a través de la Dirección General de Consulta Económica, con fundamento en los artículos 20, fracción XVII, y 47, fracción IX, del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones.

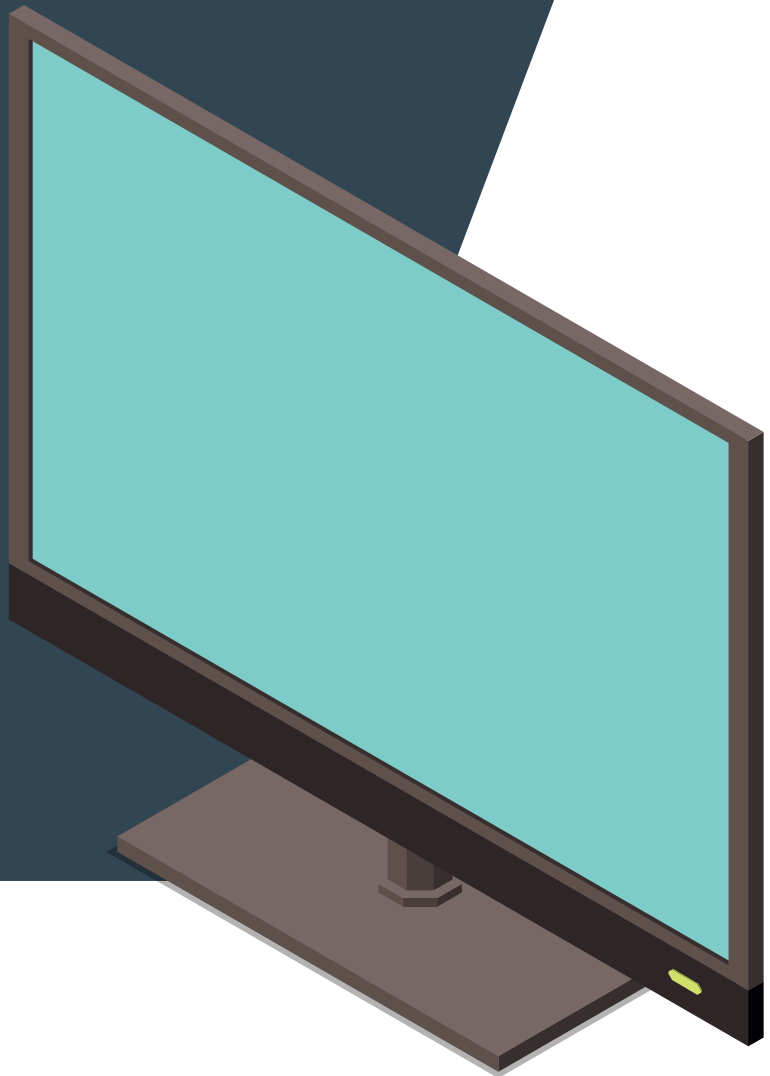
El contenido de este documento no refleja la opinión ni es vinculante para el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones. El análisis que se llevó a cabo a lo largo de este documento, así como sus resultados y conclusiones, no prejuzgan sobre: i) resultados y conclusiones de otros procedimientos que pudiera llevar a cabo el Instituto, en los que se analicen casos particulares, o se cuente con información específica, adicional o proveniente de fuentes distintas a las del presente estudio, ii) las evaluaciones que, en su caso, se realicen sobre las medidas impuestas al Agente Económico Preponderante en el sector de Radiodifusión y iii) el ejercicio de las demás facultades que corresponden al Instituto como autoridad reguladora y de competencia económica en los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión.

# Introducción

El Servicio de Televisión Radiodifundida (STR) es un servicio público de interés general de acceso gratuito para la población y, en algunas zonas del país, es el único medio a través del cual se puede tener acceso a contenidos audiovisuales e información relevante.

Estas dos características lo convierten en una de las fuentes más importantes de información y entretenimiento para los mexicanos, a pesar del auge de otros medios y plataformas de distribución de contenidos audiovisuales.

De esta manera, el STR contribuye a garantizar el derecho de acceso a información plural y oportuna, establecido en el artículo 6 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, de la misma manera que contribuye al objetivo de difundir contenidos que promuevan la integración nacional, la formación educativa, cultural y cívica, y la expresión de la diversidad de ideas y opiniones.

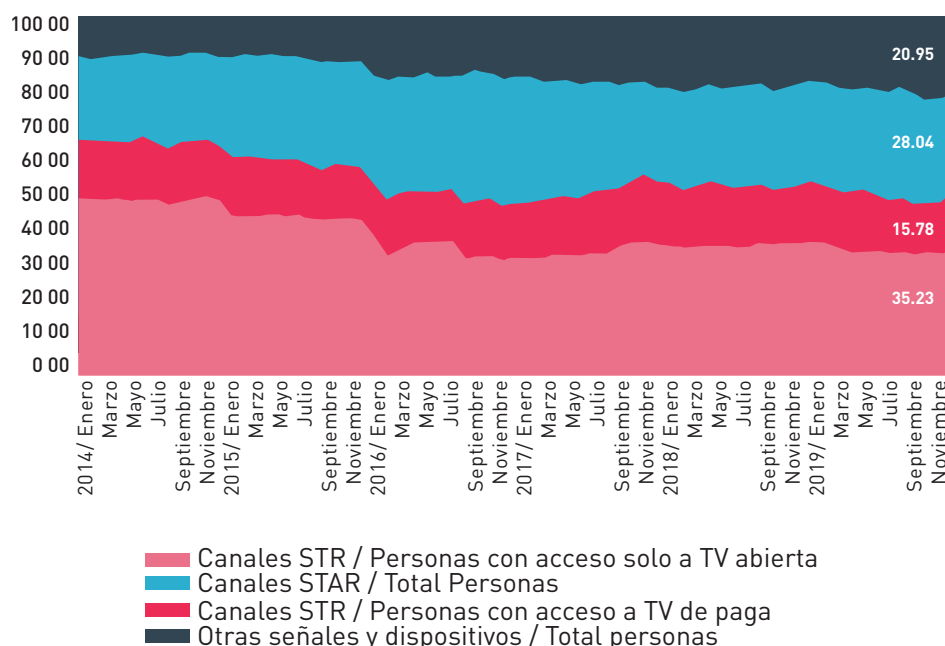


# En México, la TELEVISIÓN:

Es el medio del que más usuarios dependen para ver contenidos audiovisuales: 90.6% de la población nacional vive en localidades que cuentan con cobertura del STR.

Los Canales de Programación del STR mantienen una cuota de audiencia superior a 50% y son muy atractivos para los usuarios del Servicio de Televisión y Audio Restringidos (STAR): 36% de la audiencia total de la TV de paga fue generada por canales del STR en septiembre de 2019.

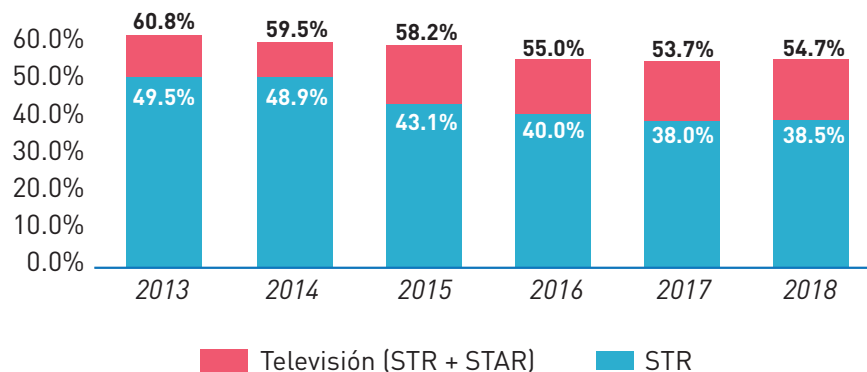
## *Cuota de audiencia promedio de Canales de Programación*



Fuente: Para la participación de audiencia de los Sistemas de Televisión y Audio Restringidos (televisión de paga) y Otras señales y dispositivos (AOT Aire, Devices and others, Ot VCR VJ y TSV), se utilizó la Base de Datos de Audiencias-Ratings TV Cinco Dominios Transición de Nielsen IBOPE, mediante el software de explotación MSS-TV. Datos obtenidos del 1 de enero de 2014 al 30 de septiembre de 2019. La variable de consulta es Share (shr%), de 06:00 a 24:00 horas, de lunes a domingo. El target utilizado son las personas mayores de 4 años que tengan acceso a una televisión funcionando en su hogar, incluyendo a los visitantes del hogar (guest viewers). Por otro lado, para la participación de audiencia de las personas con sólo acceso a TV Abierta y de las personas de acceso a TV de paga a la audiencia del STR se utilizó un cálculo diseñado por el IFT utilizando como base la información extraída de la Base de Datos de Audiencias-Ratings TV Cinco Dominios Transición licenciada por Nielsen IBOPE. Los datos no corresponden a alguna variable y/o extracción de información directa a partir de la Base de Datos de Audiencias-Ratings TV Cinco Dominios por Nielsen IBOPE México.

Atrae la mayor proporción del gasto en publicidad: 38.5% del gasto total en 2018, cuyo monto total es creciente, si bien la proporción destinada al STR ha disminuido en los últimos años.

### *Gasto en publicidad en el STR y el STAR como proporción del gasto total en publicidad*



Fuente: Elaboración propia con datos de Ovum (2018). Global TV Advertising Forecasts: 2005–2023 (datos nominales, en USD).

**Su provisión ha experimentado cambios importantes en beneficio de las audiencias.**

Tecnológicos, a partir de la transición a la Televisión Digital Terrestre (TDT) y el uso de la multiprogramación;

Estructurales, a partir de la entrada de nuevos participantes en el ámbito nacional y regional vía licitaciones y otorgamiento de concesiones de uso público y social, y

Regulatorios, a partir de la determinación del Agente Económico Preponderante en el sector de Radiodifusión (AEP-R) y la imposición de un conjunto de medidas asimétricas para evitar que se afecte la competencia y la libre concurrencia en la provisión de este servicio.

Que se ha traducido en:

- La participación de nuevos agentes económicos,
- La disponibilidad de un mayor número de canales para las audiencias,
- Mayor flexibilidad para que distintos agentes (concesionarios y no concesionarios) desarrollen modelos de negocio diferenciados.

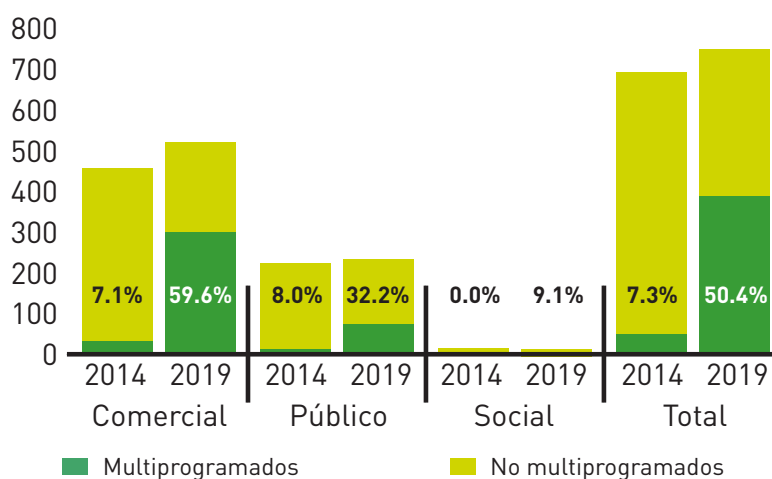
La asignación de nuevas concesiones de espectro radioeléctrico (a través de las licitaciones IFT 1 e IFT-6 y del otorgamiento de concesiones de uso público y social), así como el creciente uso de la multiprogramación, han reducido las históricas barreras a la entrada y la expansión de competidores.

### ***Ortogamiente de concesiones para el STR (2015- 2019)***

<b><i>Procedimiento</i></b>	<b><i>Canales de transmisión concesionados</i></b>
Litación IFT-1	123
Litación IFT-6	32
Otorgamiento de concesiones para uso público (2015-2019)	32
Otorgamiento de concesiones para uso social (2015-2019)	12

Fuente: Elaboración propia con información del Instituto

## Canales de transmisión en operación en los que se hace uso de la multiprogramación, por tipo de concesión (%)



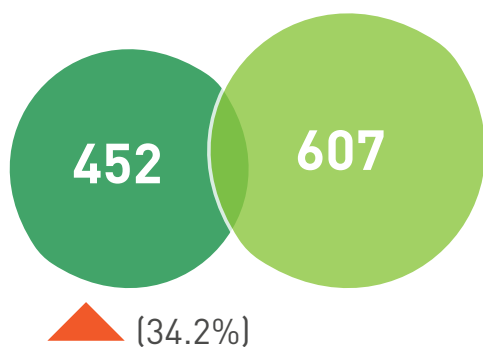
Fuente: Elaboración propia con información del Instituto

Lo que ha beneficiado a las audiencias del país, quienes tienen a su disposición un número cada vez mayor de canales de acceso abierto y gratuito.

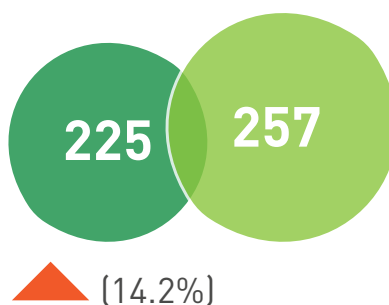
En 2019, existían 199 canales adicionales a los de 2014.

**TOTAL: de 686 a 885 ▲ 199**

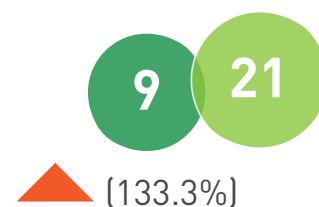
**Comercial:**



**Público:**



**Social**

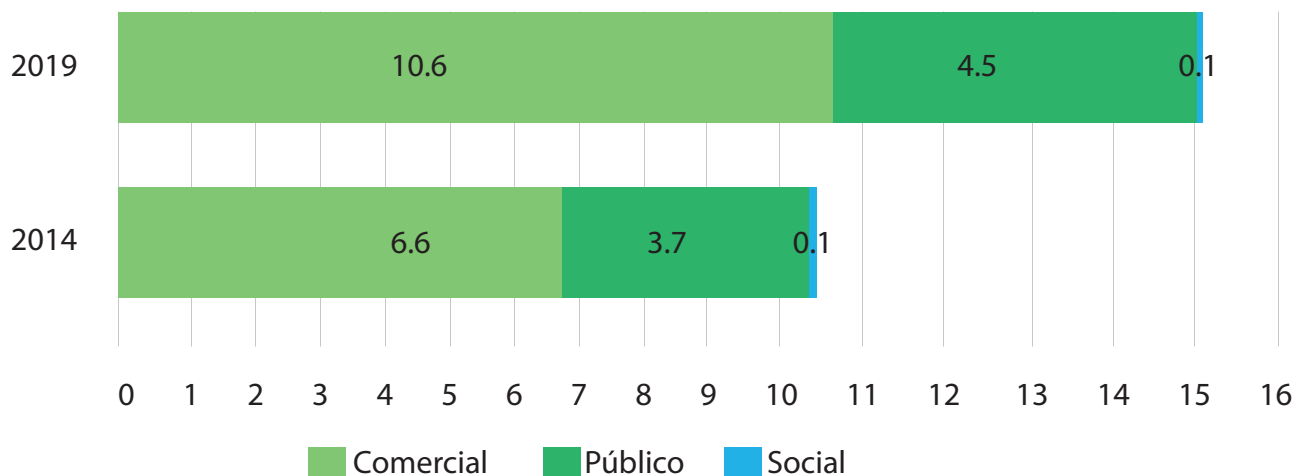


El número de canales con acceso a Multiprogramación pasó de 50 en 2014 a 376 al tercer trimestre del 2019.

En 122 canales se ofrece el acceso a terceros vía multiprogramación.

La población actualmente cuenta, en promedio, con una oferta de 15 canales distintos; en 2014 contaba con 10.

### *Canales de Programación, promedio por localidad, según tipo de concesión, 2019*



Fuente: Elaboración propia con información de Instituto.

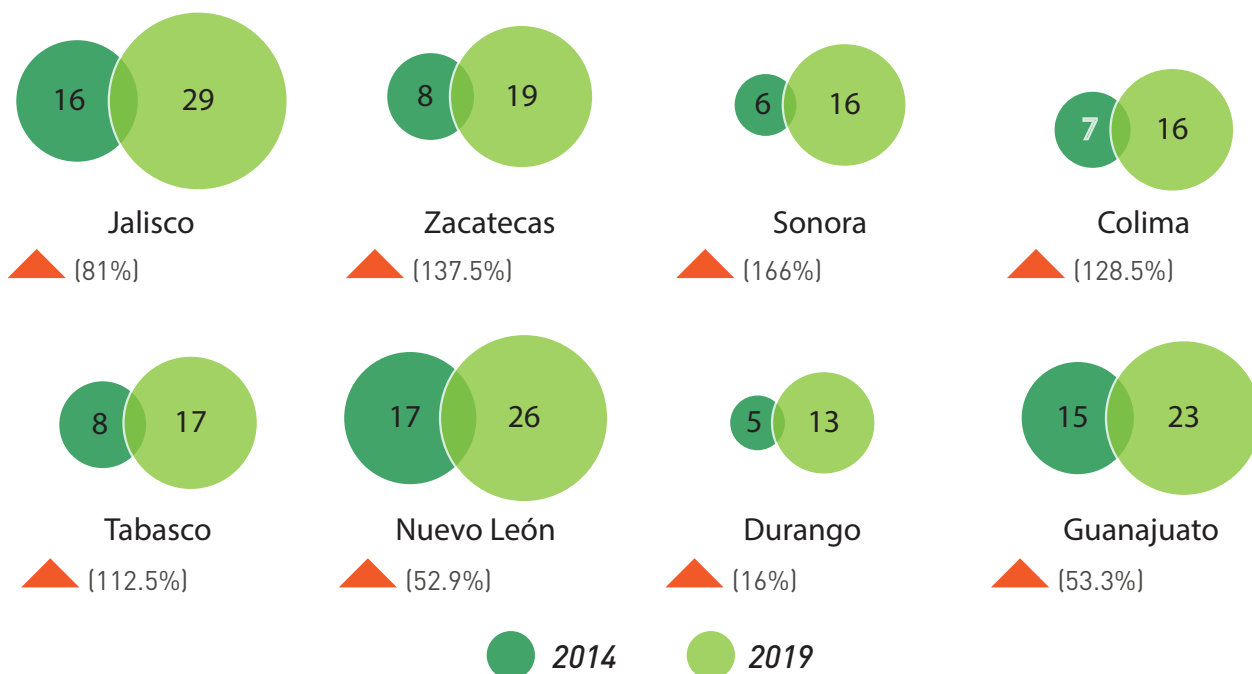
21.77% de la población tiene acceso a más de 25 canales, en 2014 nadie contaba con esa cantidad de canales.

Existen brechas entre entidades federativas en cuanto al número de canales con cobertura de 50% de la población o más: Ciudad de México, Estado de México, Guanajuato, Jalisco y Nuevo León tienen 23 o más canales; Campeche, Chiapas, Guerrero y Oaxaca tienen 5 o menos.

Todas las entidades federativas tuvieron incremento en el número de canales de **2014 a 2019**.



## Destacan:



## Comercial

Al tercer trimestre de 2019:

- Hay 607 canales asignados, 505 en operación.
- Hay 21 grupos económicos titulares de concesiones en el territorio nacional. Los principales son:
  - ▶ AEP-R –encabezado por Grupo Televisa (249 estaciones y 86% de población cubierta),
  - ▶ TV Azteca (180 estaciones y 84% de población cubierta),
  - ▶ Grupo Imagen (124 estaciones y 65% de población cubierta),
  - ▶ Multimédios (14 estaciones y 43% de población cubierta)
- El 89.5% de la población se encuentra en localidades con cobertura de algún proveedor. Existen diferencias de cobertura significativas entre proveedores: el AEPR, TV Azteca e Imagen tienen cadenas nacionales, el resto de proveedores son locales.

En 2014 no existían localidades con más de 5 proveedores distintos (definidos a nivel de Grupos de Interés Económico) del servicio comercial y sólo 2.02% de la población nacional vivía en localidades con cobertura de 4 proveedores distintos. En contraste, en el segundo trimestre de 2019, 41.26% de la población nacional vivía en localidades con 4 o 5 proveedores distintos.

### ***Cobertura poblacional por número de proveedores del servicio comercial***

No. Proveedores	2014		2T 2019	
	Localidades	Población (%)	Localidades	Población (%)
0	189,916	10.81	188,789	10.54
1	27,041	7.59	25,154	6.65
2	62,887	46.11	37,008	15.59
3	20,929	33.47	31,482	25.96
4	3,660	2.02	17,127	33.34
5	0	0.00	4,873	7.92
Total	304,433	100.00	304,433	100.00

Fuente: Elaboración propia con información del Instituto.

Nota: Se consideran únicamente las estaciones de las cuales se tiene información técnica al 2T 2019.

### ***Público/social***

Al tercer trimestre de 2019:

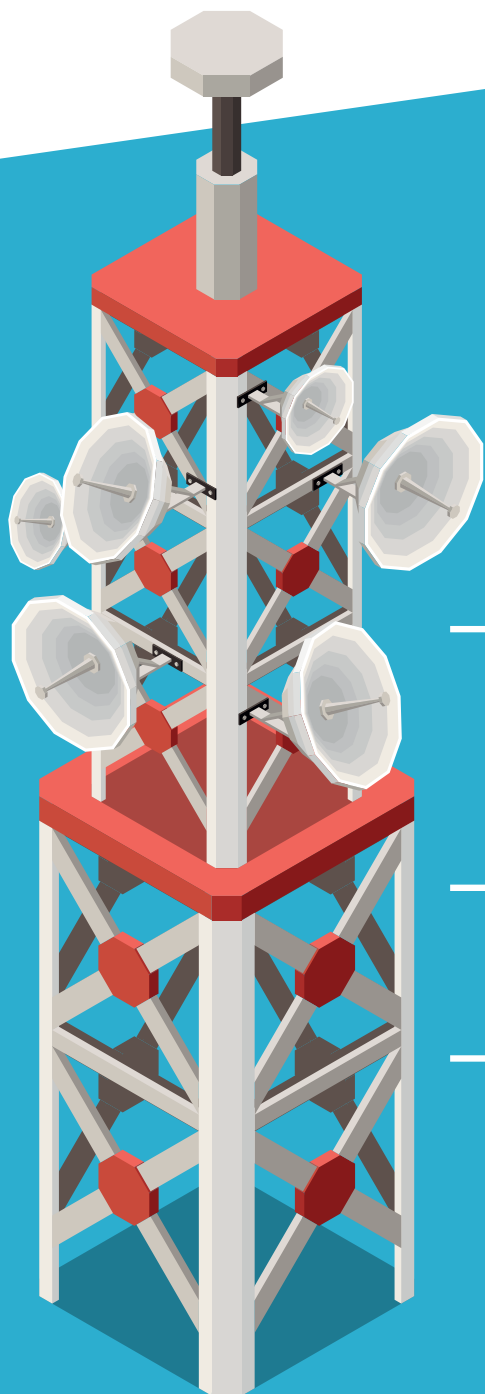
Hay 257 canales asignados al servicio público y 21 de Transmisión asignados al servicio social.

Los principales canales del servicio público, por cobertura, son: Canal Once (67.5%), Canal 14 (53.5%), Canal 22 (49.9%), TV UNAM (49.9%) e Ingenio TV (41.1%).

El 73.4% de la población se encuentra en localidades con cobertura de algún proveedor.

# La estructura del servicio comercial ha evolucionado.

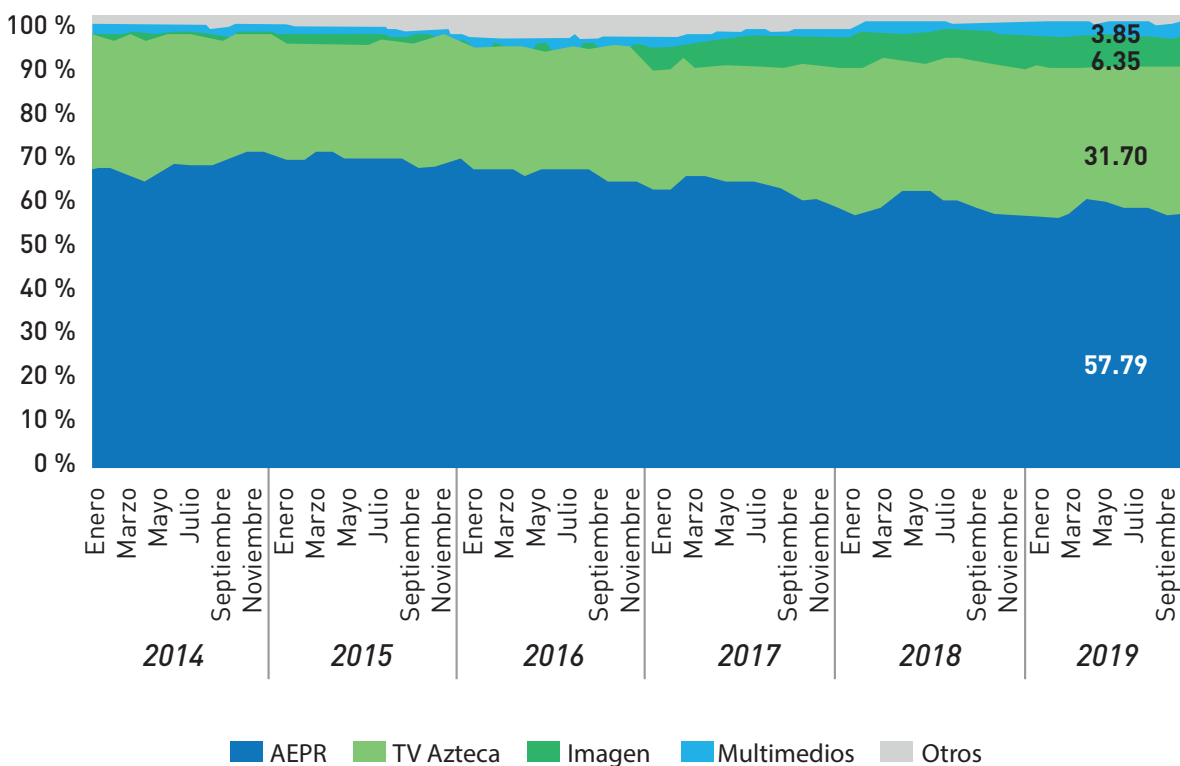
En tres de sus indicadores clave, que son audiencia, canales de transmisión y canales de programación, se modificó en años recientes, principalmente como resultado de licitaciones de concesiones y del acceso a la multiprogramación.



## ***Audiencia***

- En septiembre de 2019, la participación del AEP-R a nivel nacional fue de 57.79%, 9 puntos porcentuales menos que en enero de 2014 (66.79%)
- TV Azteca e Imagen cuentan con una participación de 31.70% y 6.35%, respectivamente.
- El Índice de Herfindahl-Hirschman (IHH), que permite realizar un primer acercamiento a las condiciones de competencia en la provisión de un producto o servicio en una zona geográfica determinada, en términos de la cuota de audiencia es de 4 mil 346 puntos, 953 puntos menos que en enero de 2014 (5 mil 299).

### Participaciones en términos del share de audiencia del STR comercial, nivel nacional.



Fuente: Base de Datos de Audiencias-Ratings TV Cinco Dominios Transición de Nielsen IBOPE, mediante el software de explotación MSS-TV. Datos obtenidos del 1 de enero de 2014 al 30 de septiembre de 2019. La variable de consulta es share (shr%) para los canales de tipo comercial en el STR de acuerdo a su GIE definidos por el IFT; AEPR (Las Estrellas, Foro Tv, Canal 5, Nu9ve, Canal 4, Canal 21 (Gdl) Loc Tvsa, Mas Vision (+V), Canal 4 (Gdl), Canal 5 (Gdl), Canal 8 (Televisa Mty), Canal 4 (Televisa Mty), Loc Tvsa 28 Cd., Cj Grand Shopping, Rcg, C24 Televisa Del Golfo, Tv3 Puebla, Bajío Tv, Telever, Las Estrellas El Paso, Rcg -2 Hrs., Canal 7 Un Canal De 10, Surestv, Canal 3 -1 Hr., Canal 3 -2 Hrs., Canal 3, Canal 12, Televisa Sonora, Rcg -1 Hr., Canal 13 Televisa, Canal 7 (Slp), Vallevisión, Las Estrellas Matamoros/Reynosa, Tu Canal Mexicali, Tu Canal Tijuana, Tu Canal Ciudad Juárez y Canal 10); Azteca (Azteca Uno, Azteca 7, Adn40, Azteca Uno -1 Hr., Azteca Uno -2 Hrs. y A+ ); Imagen (Imagen Tv, Canal 28, Excelsior Tv y Cadena Tres ); Multimedios (Multimedios, Multimedios 2, Altavision, Teleritmo, Multimedios Cdmx, Multimedios 6.2, Multimedios Guadalajara y Milenio Tv 2019 ) y Otros ( Loc Ot 28 Cds, Canal 44 El Canal De Las Noticias, Canal 66 El Canal De Las Noticias, Mundo Fox (Matamoros), Sipse, Trecevisión, Latv, Telemundo Tijuana y Mvs Tv). de 06:00 a 24:00 horas, de lunes a domingo. El target utilizado son las personas mayores de 4 años que tengan acceso a una televisión funcionando en su hogar, incluyendo a los visitantes del hogar (guest viewers).

## ***Canales de transmisión***

Como resultado de la adjudicación de canales en las licitaciones IFT-1 e IFT-6:

- La participación del AEP-R, en términos de canales de transmisión, ponderada (por población, a nivel localidad), pasó de 56% en 2014 a 46% (10 puntos porcentuales menos) en septiembre 2019
- El IHH pasó de 4 mil 573 puntos en 2014 a 3 mil 215 puntos en septiembre de 2019

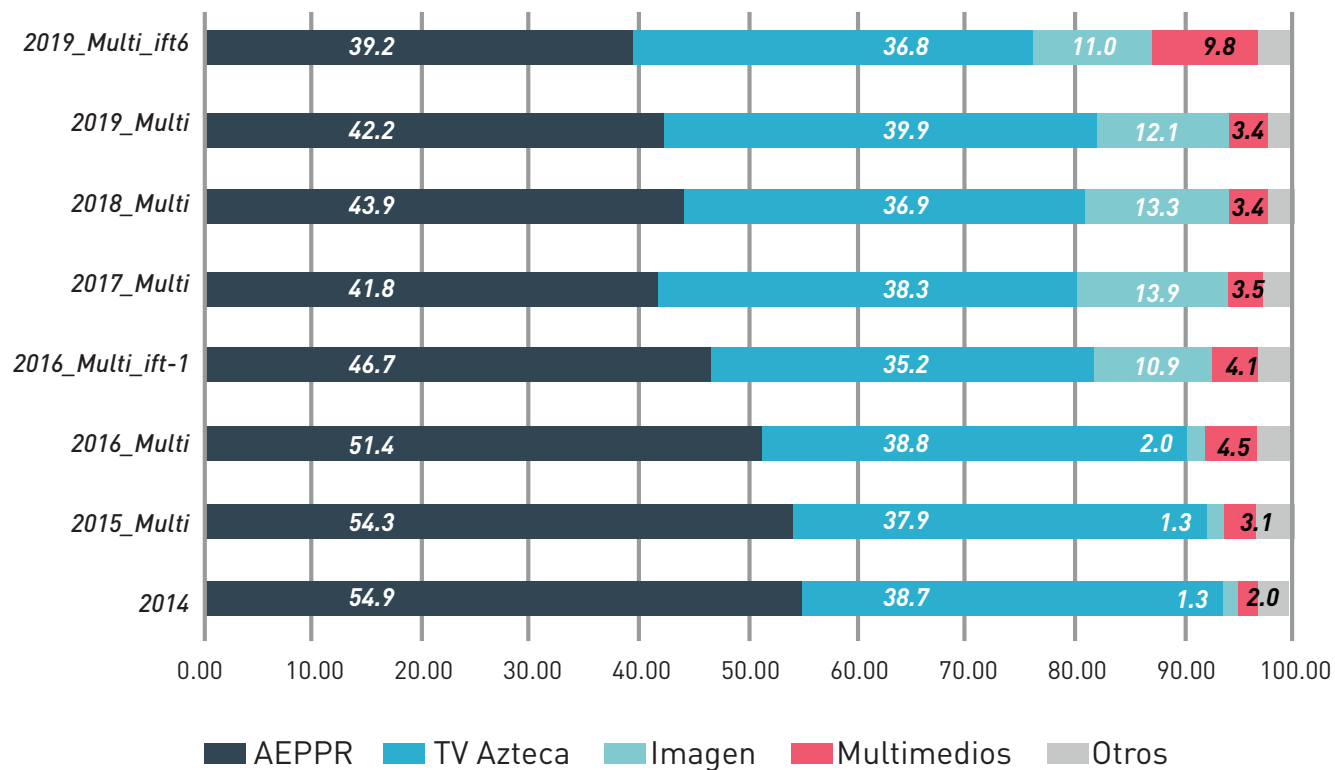


## ***Canales de programación***

Debido a su adjudicación en las licitaciones IFT-1 e IFT-6 y al creciente uso de la multiprogramación:

- La participación del AEP-R, en términos de canales de programación, ponderada (por población, a nivel localidad), pasó de 55% en 2014 a 39% (16 puntos porcentuales menos) en septiembre 2019.
- Actualmente, los competidores de TV Azteca y el AEP-R cuentan, en conjunto, con una participación ponderada de 24%.
- El IHH pasó de 4 mil 534 puntos en 2014 a 3 mil 116 puntos en septiembre de 2019

## Participación ponderada de Canales de Programación del STR comercial, nivel nacional



Fuente: Elaboración propia con información de Instituto.



# Análisis del servicio comercial por zonas geográficas

Se identificaron 88 zonas geográficas relevantes para la provisión del servicio comercial por su tamaño, número de competidores, presencia de nuevos competidores o venta de publicidad a nivel local/regional.

Comparando 2019 y 2014, prácticamente en todas las zonas se redujo el nivel de concentración o se mantuvo constante:

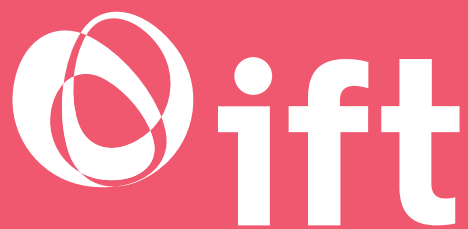
El nivel de concentración en términos de canales de transmisión, disminuyó en 72 zonas.

El nivel de concentración en términos de canales de programación disminuyó en 79 zonas.

## *Provisión del STR en la Zona Metropolitana del Valle de México:*

Al tercer trimestre de 2019:

- Existen 14 proveedores:  
5 del servicio comercial y 9 del público.
- Se ofrecen 17 canales de programación comerciales con cobertura de 50% de la población o más;  
en 2014 se ofrecían sólo 8.
- Se ofrecen 11 canales de programación públicos con cobertura de 50% de la población o más;  
en 2014 se ofrecían sólo 8.
- Las participaciones ponderadas de los proveedores del servicio en términos de canales de programación difieren significativamente de las tenencias de canales de transmisión, debido al uso de la multiprogramación.



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES



<http://www.ift.org.mx>

*Insurgentes Sur #1143, Col. Nochebuena, Demarcación  
Territorial Benito Juárez, CP 03720, Ciudad de México  
Tel. 55 5015 4000 / 800 2000 120*