



<b>Nota:</b> Favor de añadir cuantas filas considere necesarias.			
Medida adicional	Justificación		
	Se anexa documento en formato PDF		
<b>Nota:</b> Favor de añadir cuantas filas considere necesarias.			

<b>III. Comentarios y aportaciones generales del participante</b>
Se anexa documento en formato PDF
<b>Nota:</b> Favor de añadir cuantas filas considere necesarias.

---

# REGULACIÓN ASIMÉTRICA Y PREPONDERANCIA: AVANCES SOBRE LA COMPETENCIA EN RADIODIFUSIÓN DE MÉXICO

---

**The Competitive Intelligence Unit**

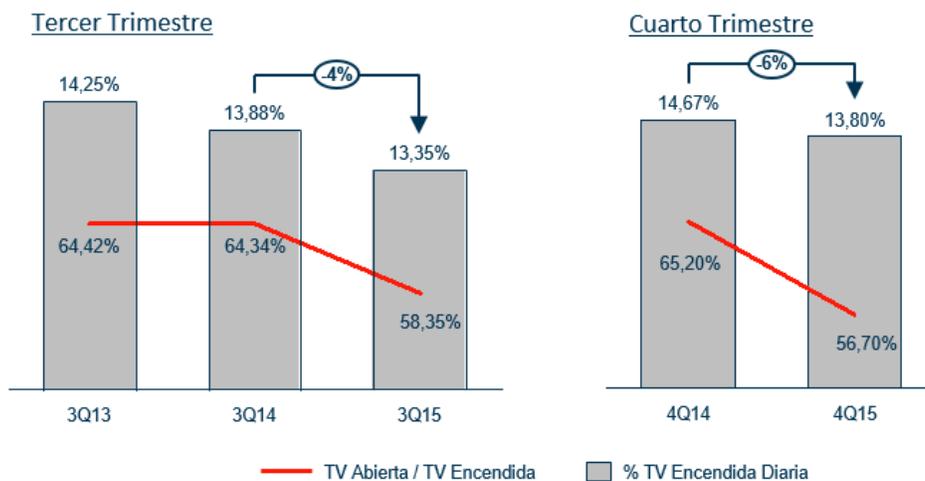


De conformidad con la revisión que está llevando actualmente el Instituto Federal de Telecomunicaciones respecto a las medidas impuestas al preponderante en materia de radiodifusión, es importante que tome en consideración los siguientes comentarios, ya que de lo que se puede advertir de los datos que ese mismo Instituto y derivado del gran dinamismo que está existiendo en este sector, las medidas están perjudicando seriamente no solo al agente económico preponderante, sino también al sector de la radiodifusión por completo.

1. Evolución del sector.

- a. El sector de radiodifusión ha venido experimentando cambios sustanciales desde que se establecieron las medidas asimétricas al AEP en el sector radiodifusión en marzo de 2014 (las “Medidas de Preponderancia”).
- b. Un primer factor importante es el entorno de creciente conectividad en el que nos encontramos, traducido en mayores y más veloces capacidades de transmisión de datos, así como en un contexto de masificación en la adopción de dispositivos inteligentes (Smartphones, tabletas, televisores, etc.) que favorece el consumo de contenidos audiovisuales más allá de las plataformas tradicionales (TV abierta y de paga).

**Figura 1. Participación de TV Abierta y Porcentaje Promedio de Horas que está Encendido un Televisor**



**Fuente:** Elaborado por The Competitive Intelligence Unit con base en información del IFT, Informes Trimestrales Estadísticos / Nielsen Ibope

- a. Hoy es un hecho que estas plataformas han ganado terreno entre las preferencias de los consumidores en México. De manera que los servicios OTT ya

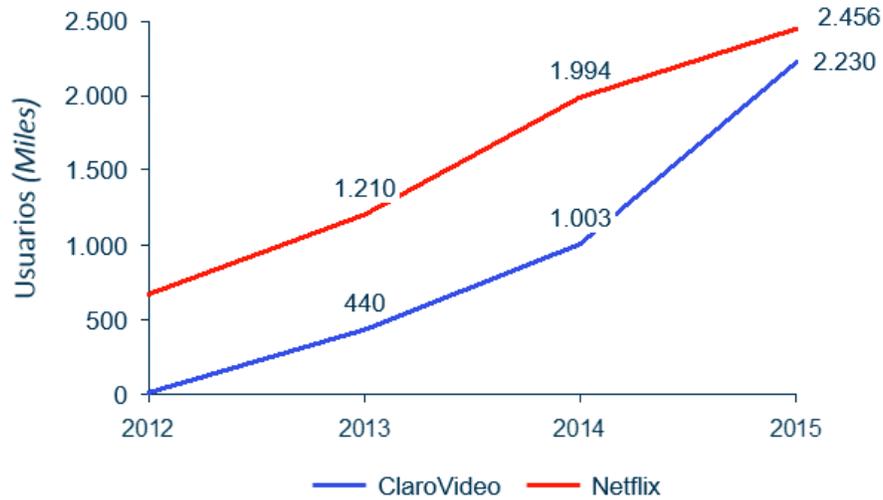
compiten directamente con otras plataformas de transmisión de contenidos de video, como es el caso de la televisión de paga. En algunos mercados como es el caso de Estados Unidos y Brasil en el continente americano, comienzan a identificarse indicios de una regresión de las suscripciones de TV de paga frente a aquellas de servicios OTT.

- b. Esta es una de las causas importantes que han generado un impacto en el uso tradicional de la televisión, la cual de acuerdo a información provista por el IFT en sus reportes trimestrales ha impactado en los porcentajes de participación que tienen los diversos medios involucrados.

Se hace notar que dicha figura compara los diferentes trimestres para no malinterpretar las fluctuaciones por estacionalidad.

- a. Como se puede apreciar en la Figura 1, la televisión radiodifundida, materia de esta discusión y de las Medidas de Preponderancia, es cada vez una menor proporción del uso de televisión encendida.
- b. Como muestra la Figura 2, durante los últimos cuatro años se ha observado un crecimiento continuo en el número de usuarios utilizando estas plataformas OTT para tener acceso a los contenidos. Como ilustran los datos en la gráfica, a finales de 2015 estas dos plataformas alcanzaron a captar cerca de 4.7 millones de usuarios en conjunto.

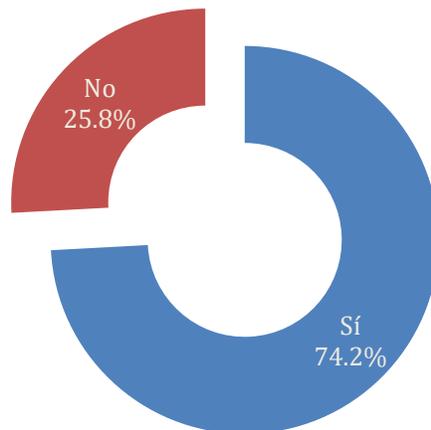
**Figura 2: Usuarios de las Principales Plataformas OTT en México**



**Fuente:** Elaborado por The Competitive Intelligence Unit con base en información propia y de Dataxis

- c. Lo anterior se explica por dos fenómenos principales (i) la migración de las audiencias a otros medios regulados y no regulados, y (ii) el aumento en la adopción de aplicaciones de video sobre demanda (por sus siglas en inglés "OTT") como lo son Netflix y Claro Video. Como se puede apreciar en la [Figura 3](#) el 25.8% de los usuarios de plataformas OTT ya no cuentan con TV Abierta o de Paga.

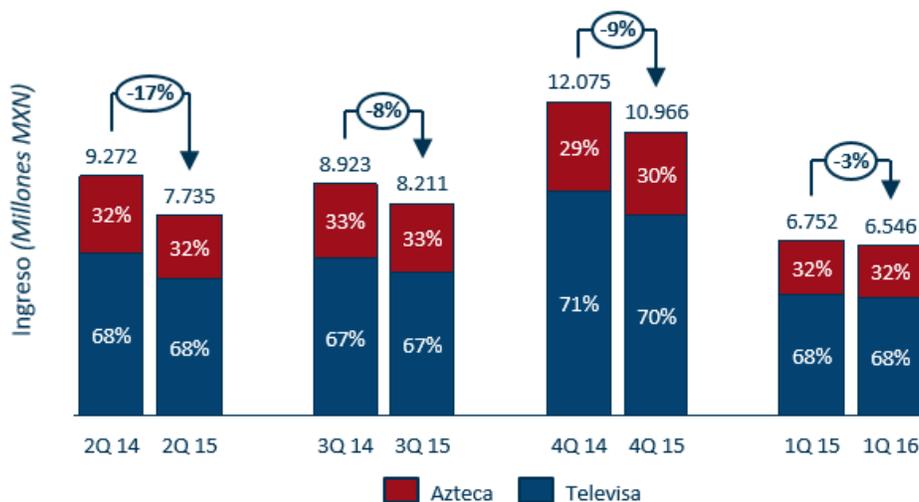
**Figura 3: Usuarios de Plataformas OTT que No Cuentan con TV de Paga**



**Fuente:** Elaborado por The Competitive Intelligence Unit

- d. Adicionalmente, tal situación también se puede apreciar en la disminución de los ingresos por publicidad de los dos mayores operadores de televisión radiodifundida a nivel nacional: Grupo Televisa y TV Azteca. Se hace notar que este decrecimiento no se debe a la entrada de un nuevo concesionario, ya que la nueva cadena no se encuentra operando, sino a que los gastos en publicidad de las empresas e instituciones deben ser repartidos entre un mayor número de plataformas, ver Figura 4.

**Figura 4. Ingreso por publicidad para televisión abierta**



**Fuente:** Elaborado por The Competitive Intelligence Unit con base en información de los Informes financieros trimestrales TV Azteca y Grupo Televisa

- e. En conclusión, las Medidas de Preponderancia para el Sector de Radiodifusión en proceso de evaluación son para un sector el cual, si bien es cierto continúa siendo significativo dentro del mercado nacional, éste se encuentra menguado tanto en la audiencia captada como en el total de los ingresos percibidos.

Es evidente que las medidas de preponderancia establecidas en el sector de Radiodifusión han tenido un efecto directo en la prestación de servicios del agente económico preponderante ( AEP), teniendo resultados inmediatos palpables, particularmente en la compra de contenidos y anuncios publicitarios.

La caída del mercado publicitario, adicionado a la caída de las audiencias televisivas, finalmente está teniendo un efecto adverso en la industria creativa del país, dejándose de

producir muchas horas de contenidos a nivel nacional. La industria creativa del país claramente requiere ser impulsada y retomar el liderazgo que tenía hace unos años a nivel internacional, y por tanto es esencial que el sector de la radiodifusión no se siga viendo afectado por medidas que tienden a sobrerregularlo y hacerlo menos competitivo con el efecto directo que se ha visto en los últimos meses para los demás sectores que en gran medida dependen de la radiodifusión.

Lo anterior, no solo se debe a un dinámico mercado de los diversos sectores e industrias involucradas, en las cuales, las nuevas tecnologías demandan cambios rápidos a las necesidades de las audiencias, sino también a la poca adaptabilidad del sector de la radiodifusión debido a una desmedida regulación en diversos sectores, que no es exclusiva del IFT, sino también restricciones y regulaciones excesivas en materia electoral, de clasificación de contenidos, de salud, etc.

El IFT no debe perder de vista que la función principal de la radiodifusión es tener la posibilidad de adquirir el mayor número de contenidos posibles, y transmitirlos de manera rentable y gratuita a sus audiencias. La competitividad del sector se debe sustentar por tanto en el fortalecimiento de los radiodifusores para poder continuar sirviendo a sus audiencias quienes a través de ellos obtienen la fuente principal de contenidos, particularmente porque estos no tienen costo de acceso alguno para ellos.

Por lo anterior, el IFT debe revisar cuidadosamente que el sector, incluyendo el AEP se mantengan competitivos y cumpliendo con el servicio de interés público que prestan mediante la provisión de contenidos de manera gratuita para sus audiencias.

Es esencial que cualquier revisión de las medidas de preponderancia, se haga pensando en liberar de cierta medida la sobrerregulación existente, y sin perder de vista las circunstancias actuales del sector de radiodifusión, las cuales son muy distintas a las que existen en el mercado de telecomunicaciones.

Sin duda, se trata de dos sectores con tendencias completamente distintas. Es muy distinto regular a un AEP en una industria que se encuentra claramente decreciendo como es el caso de la radiodifusión, a un AEP en una industria con un empuje y crecimiento sustentado, como las telecomunicaciones.