

Boletín TV No. 02

1.- Cablevisión pierde exclusividad de contenidos en TV paga

Cablevisión (ahora Izzi Telecom) perdió un recurso de amparo ante una de las medidas de preponderancia aplicadas por el Instituto Federal de Telecomunicaciones: ya no podrá transmitir en exclusiva contenidos relevantes, como partidos de fútbol.

La subsidiaria de TV paga del Grupo Televisa, Cablevisión, perdió esta semana un recurso de amparo por el cual solicitaba "escapar" a una de las medidas impuestas por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) por la cuál no podía transmitir en exclusiva contenidos relevantes, como partidos de fútbol.

De acuerdo a Televisa, como Cablevisión (ahora Izzi Telecom) es una compañía de telecomunicaciones, las medidas asimétricas no correspondían, ya que Televisa había sido declarada preponderante en radiodifusión.

Sin embargo, el Segundo Tribunal Colegiado de Circuito en Materia Administrativa Especializado en Competencia Económica, Radiodifusión y Telecomunicaciones resolvió que Cablevisión no puede eludir la obligación impuesta en la declaración de

preponderancia al ser subsidiaria de Televisa.

Entre los contenidos que la operadora ya no podrá ofrecer de manera exclusiva destacan los partidos de la selección mexicana de futbol, las ceremonias de inauguración y clausura de los Juegos Olímpicos y la copa del mundo organizada por la FIFA, así como la final de la liga de futbol mexicana.

En caso de no cumplir con lo ahora impuesto, Cablevisión y Televisa estarán sujetos a sanciones.

"Esta autoridad iniciaría y culminaría un procedimiento de sanción en contra de la controladora por utilizar administrativa, financiera o jurídicamente, según corresponda, el control corporativo que guarda sobre ésta para escapar al alcance de las medidas asimétricas impuestas", menciona la sentencia del tribunal.

Televisa cuenta actualmente con el 65% del mercado de la TV paga en México, seguido muy de lejos por Megacable con el 14,8% y Dish con el 11%.

2.- Directv: LatAm tendrá más suscriptores que EEUU en 2015

Un estudio de la consultora especializada Dataxis destacó que durante este mismo año América Latina se puede convertir en el principal territorio en cantidad de suscriptores para Directv, desbancando a EEUU.

Confirmando el impresionante crecimiento que sigue registrando la TV paga en toda América Latina, una proyección de la consultora especializada Dataxis asegura que la operadora satelital Directv cerrará el 2015 con más suscriptores en Latinoamérica que en EEUU.

Según las cifras manejadas por Dataxis, Directv tenía al cierre del tercer trimestre del 2014 un total de 39,1 millones de suscriptores, de los cuales el 51,7% pertenecían a EEUU y el restante 48,3% a América Latina, sumando los clientes de Sky México.

En 2015, en tanto, con un mercado en EEUU que está, cuanto menos, estancado y otro en América Latina que sigue emergiendo, todo indica que este año se puede dar el punto de quiebre entre ambas regiones.

De acuerdo a Dataxis, además, la tendencia seguirá incrementándose en el futuro, con América Latina quedándose

con el 56% de los suscriptores de Directv para 2018.

De todos modos, la compra de Directv por parte de AT&T podría cambiar un poco la ecuación, ya que se sumarán los clientes actuales de IPTV de la telco tras la fusión.

"Luego de un periodo inicial que estuvo signado por el esfuerzo por posicionar a Directv como un producto exclusivo, que apuntaba a los sectores de mayores ingresos del mercado de televisión paga, la empresa fue muy exitosa en su estrategia de expandir su base de clientes a través de nuevos servicios prepagos de televisión satelital y paquetes de bajo costo", expresó Juan Pablo Conti, analista sénior de Dataxis.

De hecho, los servicios prepagos representan un 40% de sus abonados en América Latina.

Fuente: <http://www.todotvnews.com/>

/Fin/

Alberto Solano

Director de la Cámara de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

 **Andesco**

✉ alberto.solano@andesco.org.co

www.andesco.org.co

Piensa en nuestro medio ambiente antes de imprimir este mensaje