



Organización de Telecomunicaciones  
de Iberoamérica

## **BOLETÍN DE PRENSA OTI - 030**

Ciudad de México, 12 de junio de 2017.

### **INGRESO MENSUAL PROMEDIO POR ABONADO DE TELEVISIÓN RESTRINGIDA EN IBEROAMÉRICA Y EUA EN EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2016**

- El Ingreso Mensual Promedio por Abonado de Televisión Restringida como medida del gasto mensual promedio en la región integral Iberoamérica-Estados Unidos de América alcanza \$48.3 dólares expresados en Paridad de Poder Adquisitivo

El Ingreso Mensual Promedio por Abonado (IMPA) de Televisión Restringida en la región integral de Iberoamérica-Estados Unidos de América (IbAm-EUA) asciende a \$48.3 dólares expresados en Paridad de Poder Adquisitivo (PPA).

Al expresar el IMPA en PPA se hacen comparables cantidades monetarias en distintas divisas al aislar la volatilidad del tipo de cambio de mercado y, especialmente, las diferencias en los precios internos de los distintos servicios (bienes no comerciables).

Cabe señalar que el IMPA es un indicador aproximado del gasto mensual promedio que destina cada abonado para consumir el servicio. En este sentido, las principales diferencias en el IMPA de televisión restringida que se identifican entre los países de la región, se explican por factores como la asequibilidad del servicio en términos de precios y el ingreso disponible con el que cuenta cada abonado para su consumo.

### Ingreso Mensual Promedio por Abonado en IAm-EUA, 2T16 (Dólares, PPA)



**Fuente:** The Competitive Intelligence Unit con información de órganos reguladores, operadores de telecomunicaciones y Fondo Monetario Internacional

#### ASEQUIBILIDAD EN TÉRMINOS DE PRECIOS

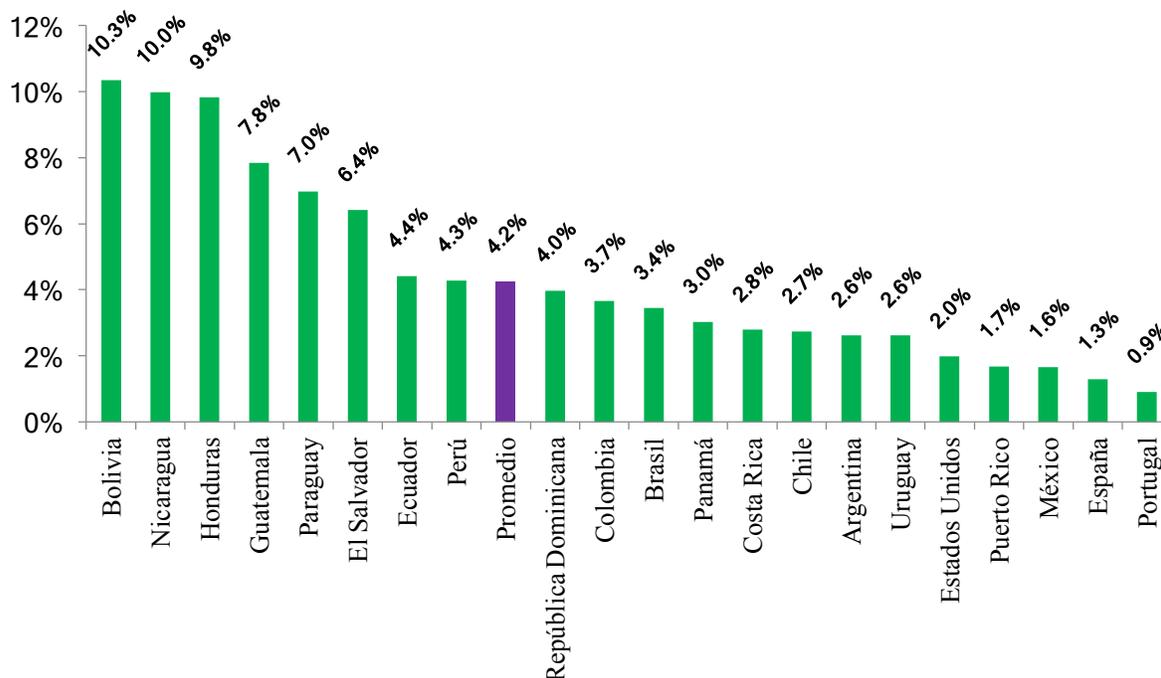
La asequibilidad del servicio de televisión restringida en términos de precios explica en gran medida el nivel de IMPA y, consecuentemente, el gasto mensual promedio por abonado. De manera que mayores niveles de precios del servicio están asociados a mayores niveles de IMPA. Por ejemplo, México y Portugal identifican los menores niveles de IMPA en toda la región en razón de sus bajos niveles de precios del servicio en relación a los demás países. En el caso de México, se debe a una contratación significativa de paquetes básicos de televisión de paga satelital a niveles de precios de los más bajos en la región. Adicionalmente, en el caso de Portugal, la abundante provisión y contratación de servicios convergentes (Triple Play y Cuádruple Play) se traduce en menores costos para los operadores y, con ello, en menores precios para los consumidores.

#### GASTO COMO PROPORCIÓN DEL INGRESO

En la región se identifica que la proporción del Producto Interno Bruto (PIB) per cápita que los consumidores destinan al consumo del servicio de televisión restringida se encuentra entre 0.9% y 10.3% (Portugal y Nicaragua, respectivamente). Esta métrica resulta relevante ya que el gasto en el servicio está positivamente relacionado con el ingreso disponible per cápita con el que cuentan los suscriptores. En otras palabras, mientras

menor es la proporción del ingreso que destinan al consumo del servicio (mayor ingreso disponible), mayor es el monto destinado al consumo de televisión restringida. Por ejemplo, aunque los abonados a televisión restringida en Estados Unidos son los que más gasto destinan en el servicio (\$95.0 Dólares PPA), este monto tan sólo representa 2.0% del ingreso promedio con el que cuentan los suscriptores de este país. En contraste, en Honduras (y otros países de Centroamérica) se realiza un menor gasto en relación a otros países (\$43.1 Dólares PPA), pero destinan una mayor proporción del ingreso per cápita (9.8% del ingreso per cápita) para la contratación del servicio en el comparativo regional.

**Proporción del Gasto en TV de Paga sobre PIB Per Cápita en IbAm-EUA, 2T16 (%)**



**Fuente:** The Competitive Intelligence Unit con información de órganos reguladores, operadores de telecomunicaciones y Fondo Monetario Internacional

### RELACIÓN ENTRE GASTO COMO PROPORCIÓN DEL INGRESO Y ADOPCIÓN

La proporción de ingreso per cápita que destinan los consumidores al servicio de televisión restringida es un indicador del esfuerzo monetario que se requiere realizar para adquirir el servicio. En este sentido, países que destinan una mayor proporción del ingreso, suelen tener menores niveles de ingreso per cápita y consecuentemente, enfrentan dificultades económicas para la contratación del servicio. Por ello, registran menores niveles de adopción, y viceversa. Por ejemplo, los suscriptores en República

Dominicana gastan en promedio 4.0% de su ingreso per cápita (\$53.1 Dólares PPA), sin embargo, sólo 23.9% de los hogares cuentan con este servicio. En el caso contrario, los abonados en Portugal gastan 0.9% de su ingreso per cápita (\$22.0 Dólares PPA) y la penetración asciende a prácticamente la totalidad de los hogares.

Las diferencias en niveles de IMPA de televisión restringida en la región integral IbAm-EUA, métrica aproximada al gasto promedio mensual por abonado, se deben principalmente a la asequibilidad en términos de precios y el ingreso disponible per cápita.

Específicamente, el precio del servicio se encuentra positivamente relacionado con el nivel de IMPA, ya que mayores tarifas del servicio se traducen en un mayor gasto de los abonados de televisión restringida. Por su parte, en países con mayores ingresos económicos y, consecuentemente, mayor disponibilidad de gasto, existe un mayor consumo (mayor nivel de IMPA) y contratación del servicio (adopción) de televisión restringida, pero se destina una menor proporción del ingreso a la contratación del servicio, y viceversa.

En contraste, en aquellos países en donde los suscriptores cuentan con menores ingresos y destinan una mayor proporción del ingreso disponible al consumo del servicio, suelen registrar niveles de penetración más bajos.

-O-

### **Acerca de la OTI**

La Organización de Telecomunicaciones de Iberoamérica (OTI) es un espacio de colaboración, diálogo, reflexión y acción para que las principales empresas de contenidos y de telecomunicaciones de la región iberoamericana y Estados Unidos, contribuyan a promover el desarrollo de contenidos audiovisuales y el acceso a servicios de conectividad en cada uno de los países y mercados en los que éstas participan. La importancia de esta asociación que aglutina de manera conjunta audiencias y consumidores por cerca de 900 millones de personas e ingresos anuales de más de 127 mil millones de dólares obedece a que las comunicaciones viven una impresionante y constante evolución.