

Televisa quiere seducir a usuarios de internet

Ramiro Alonso

Televisa lanzará en las siguientes semanas su servicio de renta de video sobre demanda por internet denominado “VEO”, mediante el cual busca captar al menos 500 mil usuarios en los primeros dos años de operación.

La estrategia de la firma que dirige Emilio Azcárraga Jean se basa en cautivar, en primera instancia, a los usuarios que ya cuentan con televisión de paga a través de las plataformas Cablevisión, Cablemás y TVI Internacional (Cablevisión Monterrey), en las cua-

les tiene participación la televisora, dijo Carlos Sandoval, director general de esta división del grupo.

Con dicha incursión, Televisa competirá con empresas como **América Móvil**, Cinépolis, Grupo Salinas, Walmart, entre otros, que también han lanzado diversas marcas comerciales al mercado para cautivar a los usuarios de internet de banda ancha fija, mediante la oferta de contenidos (películas, series de televisión y otros) sobre demanda.

Mercado en crecimiento

El valor del mercado de video sobre demanda (VoD) en México

reportará un crecimiento de 500 por ciento entre 2013 y 2017, al pasar de un valor estimado de 1 a 6 millones de dólares, lo cual deja al descubierto un nicho de negocio sumamente atractivo y pendiente por conquistar.

“El mercado mexicano es relativamente pequeño, dado que los ingresos anuales están alrededor de 1 millón de dólares (pero) para el año de 2017 llegará a 6 millones, lo cual representa un crecimiento bastante agresivo”, estimó Richard Johnson, presidente ejecutivo de la firma Total Media Networks. ☒



Lanza al mercado su plataforma de videos on demand. (Foto: VoD)

