

Fecha 26.11.2014	Sección Empresas y Negocios	Página 24
-----------------------------------	--	----------------------------

TV de paga en 50% de hogares: Lamac

Claudia Juárez Escalona

EL ECONOMISTA

AL FINALIZAR el 2014, 7.9 millones de hogares mexicanos contarán con alguna suscripción de televisión de paga, lo que representa que la penetración del servicio alcanzará una tasa de 49.8% respecto del universo de hogares con televisión, previó el Consejo Latinoamericano de Publicidad en Multicanales (Lamac).

Dio como referencia que, tomando como base el incremento observado en los suscriptores de TV de paga en México durante los últimos seis trimestres, el Lamac considera que el número de hogares con dicho servicio se in-

crementará en 12.5% al finalizar el 2014.

“Es esencial que la industria publicitaria, anunciantes y agencias de medios realicen ajustes internos para planificar con base en el entendimiento de esta tendencia de crecimiento de TV de paga, de tal forma que sus planes de medios para el 2015 reflejen la realidad del mercado y rindan los resultados más eficientes posibles”, dijo.

De acuerdo con un análisis de Lamac, la industria mexicana está trabajando con universos calculados con base en el “Establishment Survey” que realizó Nielsen IBOPE México en el 2013.

Según datos del **Instituto Fede-**

ral de Telecomunicaciones al cuarto trimestre del 2013, el servicio de televisión restringida alcanzó un total de 14.7 millones de suscripciones, impulsado principalmente por el crecimiento de 15.9 y 11.7% en los segmentos de cable y vía satélite, respecto al mismo periodo del 2012.

Recientemente, Lamac reportó que a octubre de este año cuatro de cada 10 mexicanos (44.2%) tienen acceso a la TV de paga, lo que representa un crecimiento de 37% en los últimos cinco años.

de hogares mexicanos contarán con alguna suscripción de televisión de paga al finalizar este año, estima Lamac.

cjescalona@economista.com.mx

