

# TIENE 5 MILLONES DE USUARIOS México, líder en servicios de video OTT en AL: Dataxis

Claudia Juárez Escalona  
**EL ECONOMISTA**

MÉXICO TERMINARÁ el 2015 con casi 5 millones de suscriptores de video en demanda, superando a Brasil, Colombia y Argentina, de acuerdo con proyecciones de Dataxis.

Según Dataxis, entre suscripciones a servicios de VOD OTT —como Netflix y ClaroVideo—, alquileres y compras de películas, el mercado de servicios de video online será de 370 millones de dólares en México en el 2015 y llegará a 809 millones de dólares en el 2018, el mayor de toda Latinoamérica.

“México es el único país de la región donde los operadores de TV de paga lograron desplegar servicios *premium* de TV Everywhere y cobrar por ellos (como Dish Online o Sky Blue To Go Video Everywhere), algo que nunca han podido concre-

tar compañías de otros mercados”, dijo.

De acuerdo con Dataxis, ClaroVideo de México es el OTT latinoamericano que más contenido original produce, al estilo de Netflix en Estados Unidos. El empaquetamiento de ClaroVideo con la oferta de banda ancha de **telmex** ha impulsado el mercado a un ritmo de casi medio millón de suscriptores trimestrales durante la primera mitad del año.

A comienzos de este año, Netflix tenía 64% del mercado y ClaroVideo 32 por ciento. Para junio, ClaroVideo había llegado 39.7% y la competencia bajó a 55.7 por ciento.

“La fuerte competencia en banda ancha es uno de los motores de los nuevos servicios de TV por Internet”. Según datos de Dataxis, en la primera mitad del año, México tenía 14 millones de

conexiones de banda ancha; tras el fuerte proceso de adquisiciones en el mercado de la TV por cable, Grupo Televisa se está afirmando en el segundo lugar en este negocio, con 16.4% de los accesos, incluyendo a todos los operadores de Televisa **telecom**, **telmex**, por su parte, ha estado reportando caída de suscriptores en el 2015 y posee ahora 63.4%, lejos de 70% que poseía a inicios del año pasado.

En México, el pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones (**IFT**) valora los servicios OTT (*over-the-top*), como WhatsApp, y video en demanda y la pertinencia de regularlos. El debate en la industria y el propio regulador es respecto de si los servicios de contenidos a la carta u *on demand* son servicios de televisión o servicios que son posibles de ofertar a través de Internet.

[cjescalona@eleconomista.com.mx](mailto:cjescalona@eleconomista.com.mx)



**El mercado** de video OTT vale en México 370 millones de dólares, pero podría llegar a 809 millones en el 2018, según Dataxis. FOTO: AP

