

OFERTA DE PLATAFORMAS OTT EN MÉXICO 2023 PRIMER TRIMESTRE



▪ PRESENTACIÓN	<u>3</u>
▪ METODOLOGÍA	<u>6</u>
▪ GLOSARIO	<u>7</u>
▪ OFERTA DE OTT DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES	<u>9</u>
▪ CONCLUSIONES	<u>30</u>
▪ FUENTES	<u>33</u>

La **transformación digital**, impulsada por la evolución tecnológica en la industria de las telecomunicaciones, ha permitido el desarrollo de nuevos servicios que están transformando a los sectores de **Telecomunicaciones y Radiodifusión**; entre ellos destacan **los Servicios de video Over the Top (OTT)**, cuya **adopción e importancia** se ha **incrementado significativamente** en los últimos años. [\[Fuente 1\]](#)

El crecimiento de los servicios OTT ha permitido el desarrollo de una **economía digital** basada en el **Internet** a través de la generación de un **ecosistema digital**. Estos nuevos “modelos de negocio” para la **transmisión de contenidos** han cambiado la manera en que los **consumidores** tienen **acceso al entretenimiento de audio y video**, generando cambios sustanciales en el modo en el que estos son consumidos. [\[Fuente 1\]](#)

El **ecosistema digital** puede conceptualizarse, a grandes rasgos, en tres capas: i) **infraestructura y redes de telecomunicaciones**, tanto las concesionadas como las redes de telecomunicaciones de Internet que soportan las TIC; ii) el **hardware y software que conforman las aplicaciones y servicios de TIC**; y iii) **los servicios digitales que se proveen sobre Internet**, que incluyen los de provisión y distribución OTT de contenido de audiovisual; telefonía OTT; mensajería OTT; televisión OTT; Plataformas Digitales OTT o Digitales; oferta de aplicaciones o apps, y provisión almacenamiento en la nube. [\[Fuente 2\]](#)

En el documento “Plataformas OTT” publicado en diciembre de 2021 por el Instituto Federal de Telecomunicaciones se menciona que, a nivel mundial, **el 60% del tráfico en Internet es generado por plataformas de video en streaming**; por lo que para el Instituto es importante conocer, analizar y estudiar la evolución de la **oferta, demanda y adopción** de los servicios de **video OTT** a propósito de la tendencia en el aumento del consumo de contenidos audiovisuales a través de este tipo de servicios. [\[Fuente 2\]](#)

En **2020, 6.6 millones de viviendas en México disponían de Servicios OTT Audiovisuales o de Audio por suscripción**, las cuales representan **18.8% de las viviendas del país y 36.1% de las viviendas con Internet** en el país. [\[Fuente 1\]](#)

En la **Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales (ENCCA)** del año **2018**, se observó que **46% de los hogares consumen contenidos audiovisuales por internet**, cifra que ha aumentado a través de los años, pues en la **ENCCA 2020-2021** se reportó que el **59%** de los entrevistados **declararon consumir contenidos audiovisuales por internet**, mientras que en la **ENCCA 2022** bajó a **53%**, sin embargo, significa **un aumento del 7% en 4 años**. [\[Fuente 2\]](#)

Asimismo, es importante tener presente que en el actual ecosistema mediático ésta es no solo una **industria** en constante crecimiento, sino que **converge** en muchos aspectos y sentidos con los sectores de la **radiodifusión y telecomunicaciones**.

Acorde a la **Hoja de Ruta 2021-2025** del Instituto Federal de Telecomunicaciones, en la que se establece el nuevo marco estratégico cuyo propósito es **facilitar el desarrollo del ecosistema digital**, donde su objetivo número 4 enuncia “[que el Instituto deberá] **Asegurar la calidad, diversidad y pluralidad de los servicios de TyR y fortalecer los derechos de usuarios y audiencias en el ecosistema digital**”. Tanto el objetivo número 4 como los cuatro restantes, se propone la evolución de las actividades del Instituto con la flexibilidad necesaria para **hacer frente a los retos regulatorios** que implica la **transformación digital**.

En ese sentido, la **LAR 4.3.2** establece que **el Instituto deberá generar información en materia de audiencias, contenidos y mercados audiovisuales** que constituyan insumos para promover los **derechos de las audiencias** fomentando el desarrollo de contenidos y la **pluralidad** de los mismos, así como para la **toma de decisiones** de política pública y regulatoria.

Ante la evolución, desarrollo y proliferación de las **plataformas OTT** de video, las cuales forman parte de la transformación digital, es imprescindible para el IFT el generar información a través de diversos **informes y reportes**, tanto para facilitar la **toma de decisiones** sobre esta industria, como **servir de utilidad** en distintas áreas y actividades del Instituto, no sin dejar de lado la importante comprensión de las distintas **audiencias** del país.

La Fuente de información del análisis correspondiente al presente reporte proviene de:

- Bases de datos recopiladas por la empresa Business Bureau S.A. (BB Media), quien ha validado al IFT que la información estadística contenida en el presente reporte concuerda con las bases de datos licenciadas al IFT por BB Media con el servicio Multiscreens+ | Content Pulse.
- La información se recolecta de fuentes primarias a través de web scrapers y APIs*. Cada plataforma analizada es actualizada al menos dos veces al mes.
- Periodo analizado: primer trimestre de 2023.

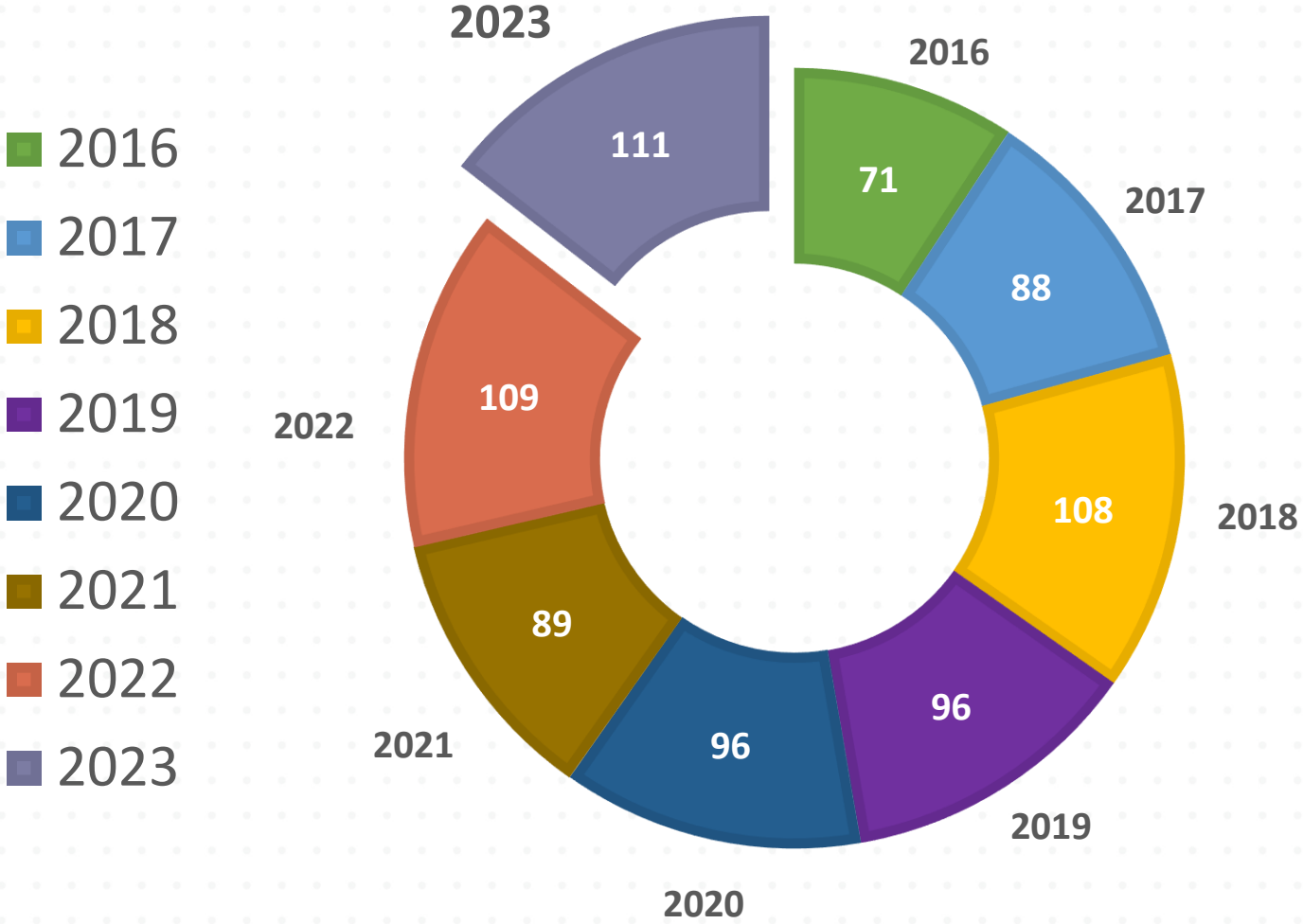
*Web scrapers y APIs: API es una interfaz proporcionada por las OTTs para acceder a sus datos, mientras que el scraping es el proceso de extracción automatizada de datos de fuentes web relacionadas con las OTTs. Estas tecnologías permiten a la empresa recopilar y utilizar datos actualizados de las OTTs.

- **Cableoperador:** Plataformas que corresponden a un cableoperador. Se debe ofrecer un servicio de TV para pertenecer a este conjunto (por ejemplo: Dish móvil, Izzi GO APP, Totalplay Go).
- **Independientes/Otras OTT:** Aquellas OTTs que no pertenecen a programadores, ni a cableoperadores (por ejemplo: YouTube Premium, o Amazon Prime Video).
- **Programador:** Plataformas que le corresponden a los programadores de contenido, a los canales lineales que tienen su propia OTT (por ejemplo: HBO Max, Paramount +, o Starzplay).
- **Live Streaming:** Plataformas en línea que permiten ver contenido en vivo de una o más señales a través de internet.
- **OTT (Over-The-Top):** Es el término utilizado en la industria del cine y la TV para definir a las plataformas que ofrecen contenidos audiovisuales por internet.
- **VOD (Video on Demand):** Sistema que permite al usuario el acceso a contenidos de forma personalizada con la posibilidad de elegir y visualizar una película o programa en el momento exacto que se desee.
- **Advertising VOD / Free VOD / Gratuito (FVOD):** Es el VOD gratuito. Puede requerir o no de crear un usuario (por ejemplo: Televisa Deportes, TV Azteca).

- **Publicidad (AVOD o FVOD):** Son las plataformas gratuitas que monetizan a través de publicidad de terceros (por ejemplo: Pluto TV, o YouTube).
- **Suscripción VOD (SVOD):** Contenido VOD al cual se puede acceder a través de una suscripción (por ejemplo: Netflix, Disney+).
- **Transacción VOD (TVOD):** Consiste en el alquiler de cada contenido que se quiera ver (por ejemplo: Cinépolis Klic, iTunes).
- **TV Everywhere (TVE):** Servicio de Contenidos de Video disponibles a través de una Plataforma en línea, en el que el usuario ya está suscrito a una plataforma y es lo que permite el acceso al TV Everywhere sin costo extra (por ejemplo: Canal Sony, Fox Play, ESPN Play, etc.).
- **Validated VOD:** Es el VOD al que solo se puede acceder al validar con algún servicio de internet y/o telefonía móvil o fija que uno es cliente de dicha empresa, y por eso obtiene acceso gratuito a determinado contenido.
- **Híbrido:** Plataformas que combinan tipos de negocio (por ejemplo: Claro Video).
- **SVOD vía STB:** Contenido por suscripción que se puede visualizar en decodificadores de los operadores a los que se le llaman STB.

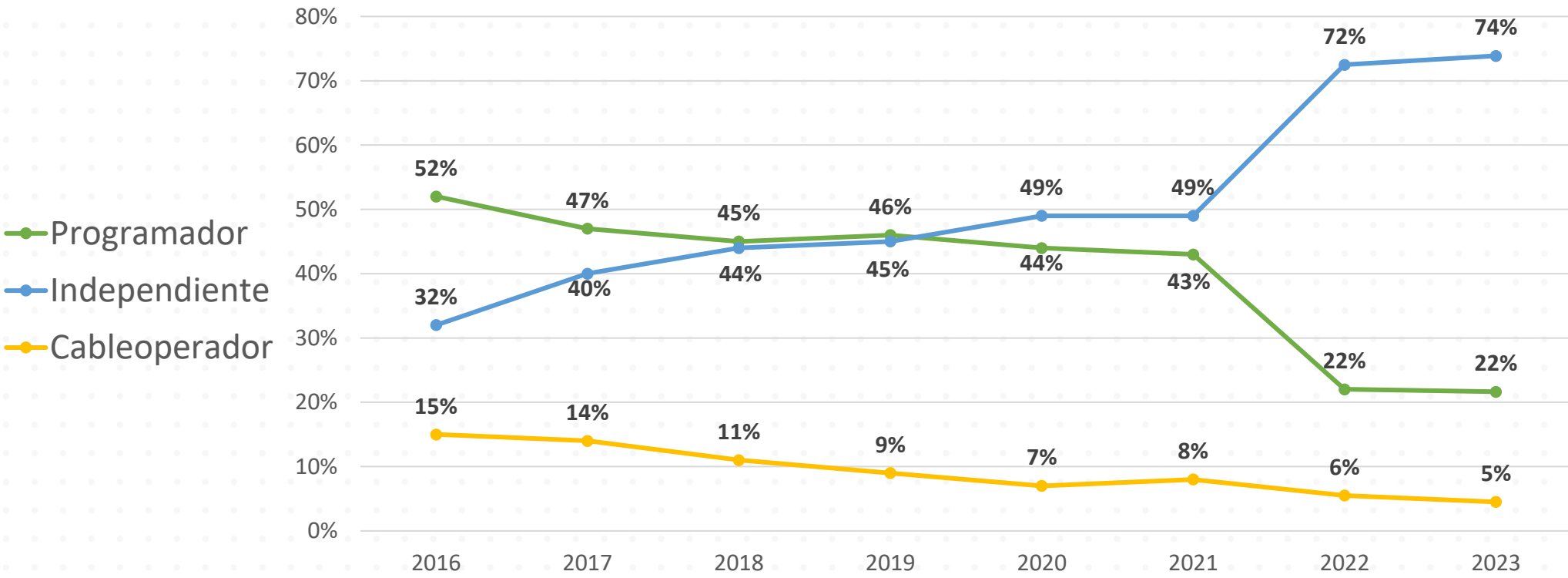
OFERTA DE PLATAFORMAS OTT DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES





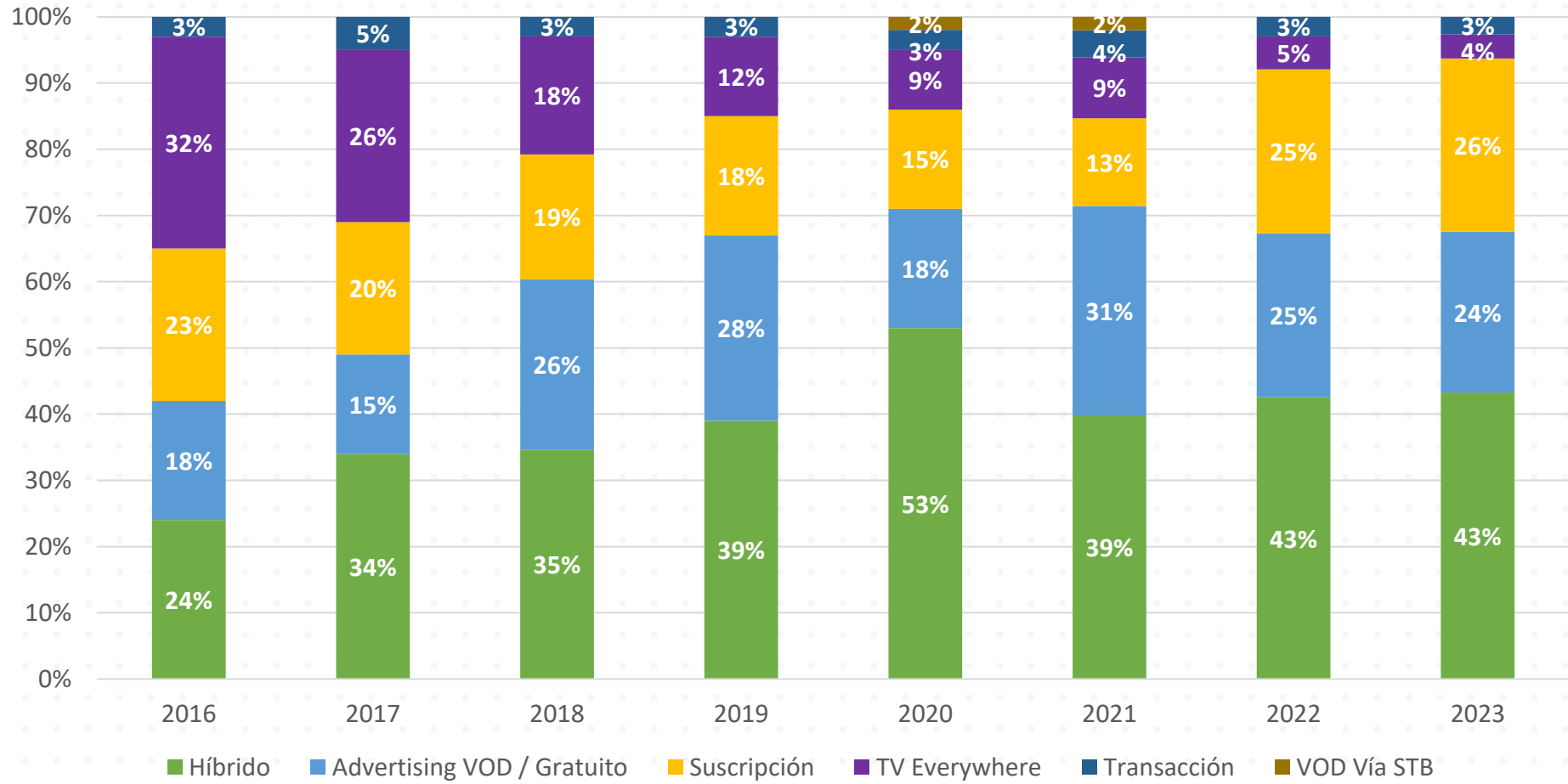
Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. Los datos correspondientes a los años 2016-2021 son de octubre de cada año, mientras que la información correspondiente al año 2022 es de diciembre y de 2023 de marzo.

EVOLUCIÓN DE LA OFERTA DE PLATAFORMAS POR TIPO DE EMPRESA



Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. Los datos correspondientes a los años 2016-2021 son de octubre de cada año, mientras que la información correspondiente al año 2022 es de diciembre y de 2023 de marzo.

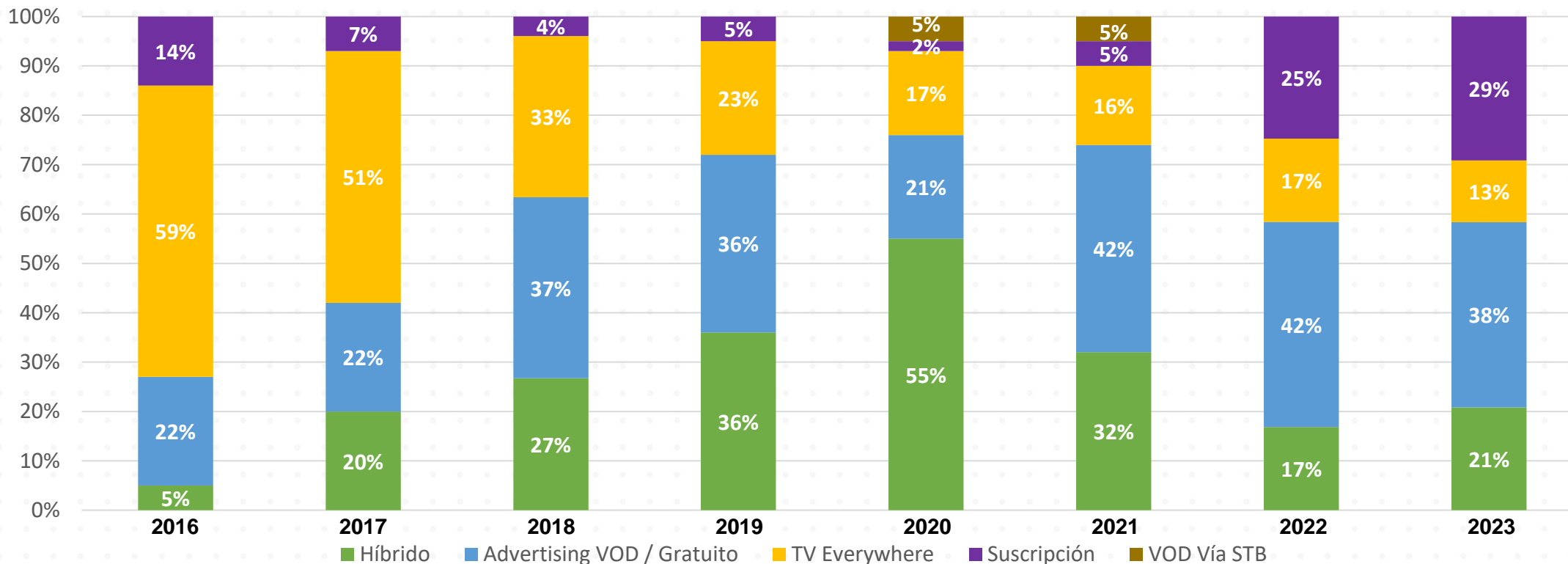
EVOLUCIÓN DE LA OFERTA POR MODELO DE NEGOCIO



Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. Los datos correspondientes a los años 2016-2021 son de octubre de cada año, mientras que la información correspondiente al año 2022 es de diciembre y de 2023 de marzo. El modelo VOD STB no se releva a partir del 2022; sin embargo, las plataformas que se incluían en esta categoría dejaron de existir o migraron a los modelos de negocio de SVOD y TVOD.

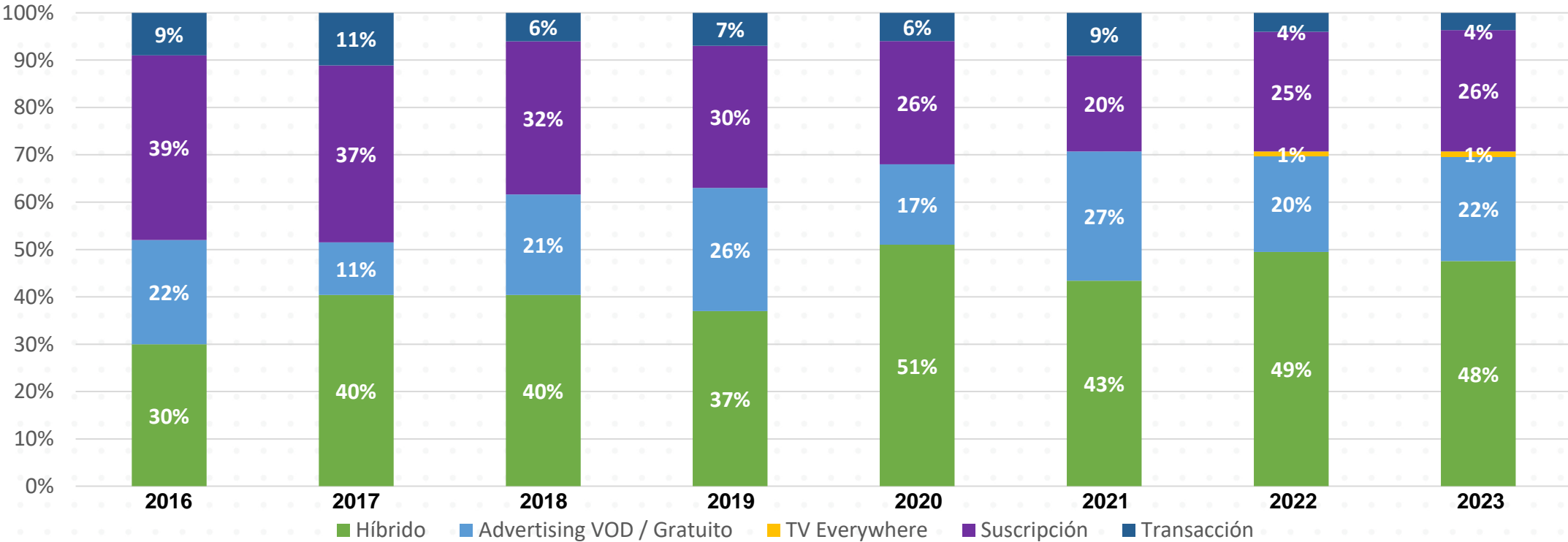
Programador

(entre los que se encuentran HBO Max, Disney+, Paramount+, Universal+ etc.)



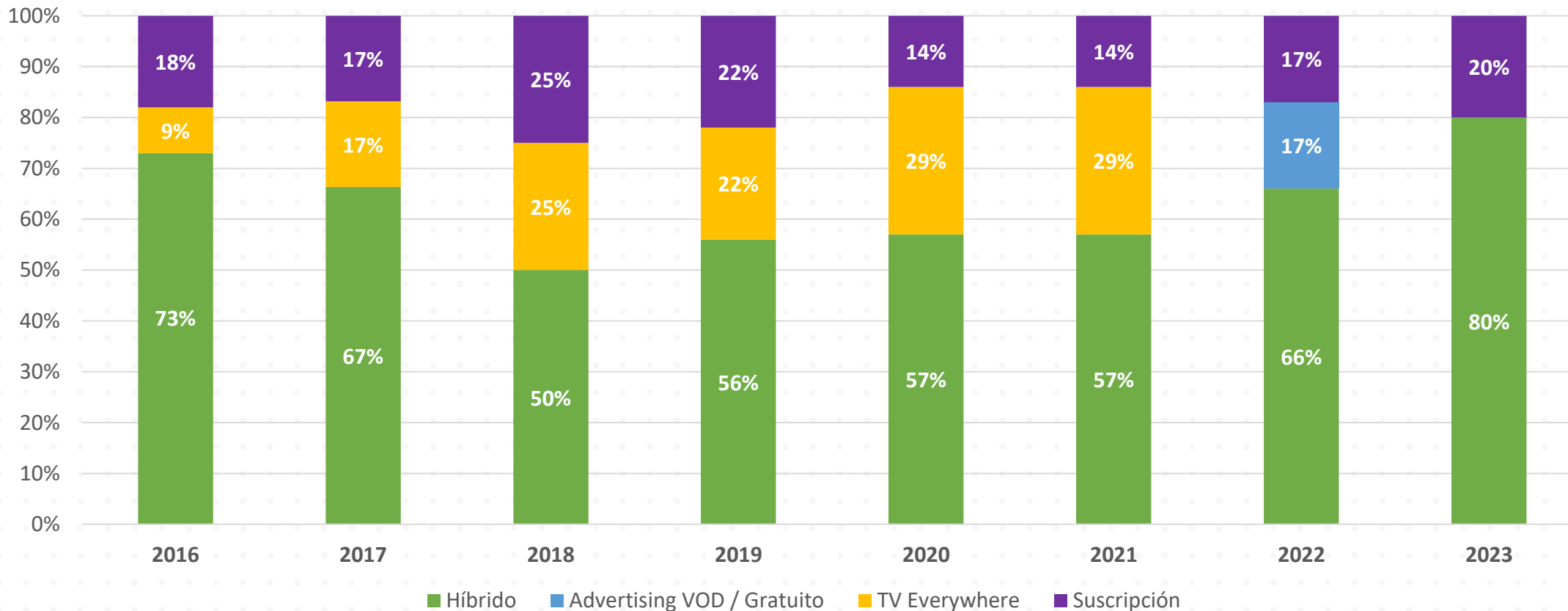
Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. Los datos correspondientes a los años 2016-2021 son de octubre de cada año, mientras que la información correspondiente al año 2022 es de diciembre y de 2023 de marzo. El modelo VOD STB no se releva a partir del 2022; sin embargo, las plataformas que se incluían en esta categoría dejaron de existir o migraron a los modelos de negocio de SVOD y TVOD.

Independiente (entre los que se encuentran Netflix, Crunchyroll, F1 TV, Mubi, etc.)



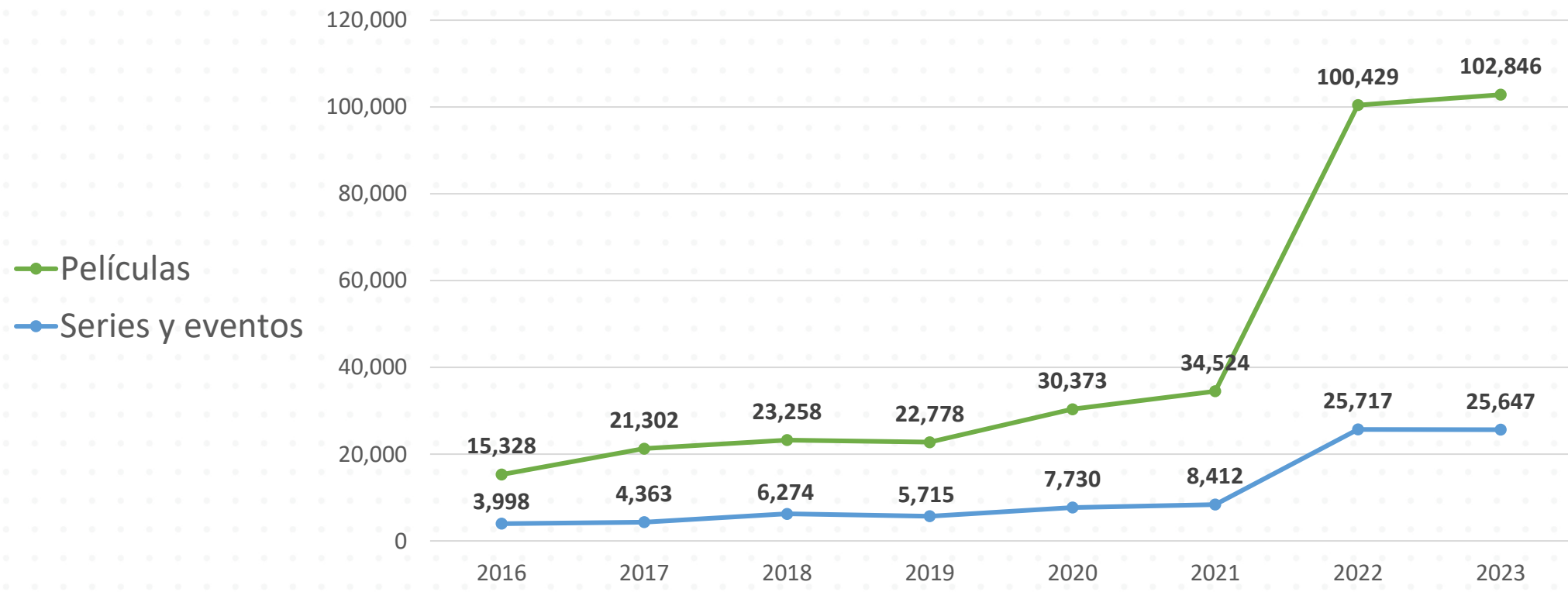
Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. Los datos correspondientes a los años 2016-2021 son de octubre de cada año, mientras que la información correspondiente al año 2022 es de diciembre y de 2023 de marzo. El modelo VOD STB no se releva a partir del 2022; sin embargo, las plataformas que se incluían en esta categoría dejaron de existir o migraron a los modelos de negocio de SVOD y TVOD.

Cableoperador (entre los que se encuentran Izzi Go, Xview+, Claro video, etc.)



Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. Los datos correspondientes a los años 2016-2021 son de octubre de cada año, mientras que la información correspondiente al año 2022 es de diciembre y de 2023 de marzo. El modelo VOD STB no se releva a partir del 2022; sin embargo, las plataformas que se incluían en esta categoría dejaron de existir o migraron a los modelos de negocio de SVOD y TVOD.

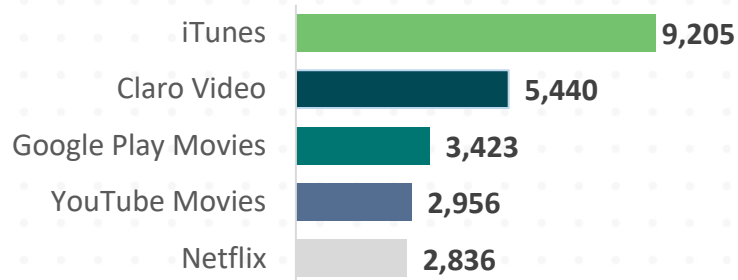
EVOLUCIÓN DE LA OFERTA POR TIPO DE CONTENIDO (PELÍCULAS Y SERIES/EVENTOS)



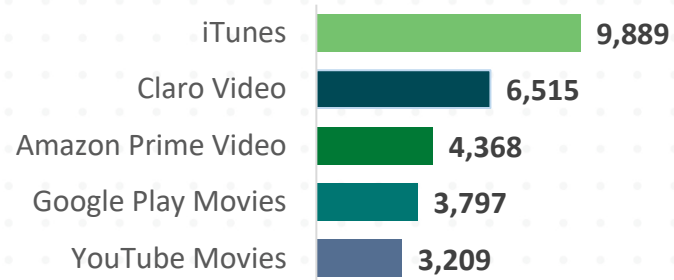
Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. Los datos correspondientes a los años 2016-2021 son de octubre de cada año, mientras que la información correspondiente al año 2022 es de diciembre y de 2023 de marzo.

PLATAFORMA CON MÁS TÍTULOS ÚNICOS DE PELÍCULAS

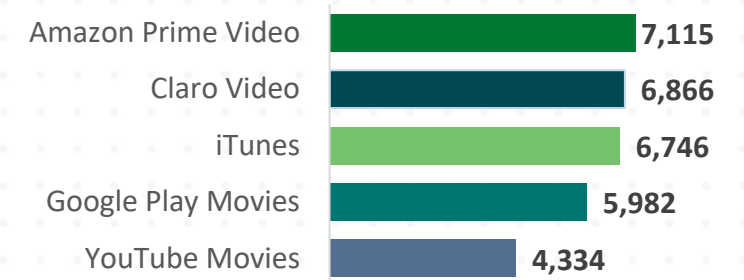
2018



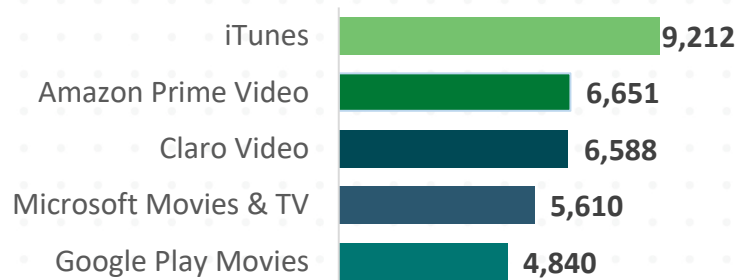
2019



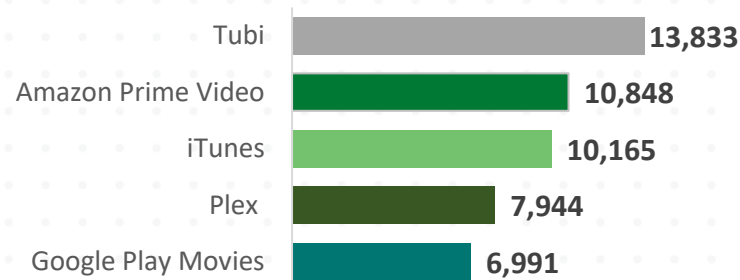
2020



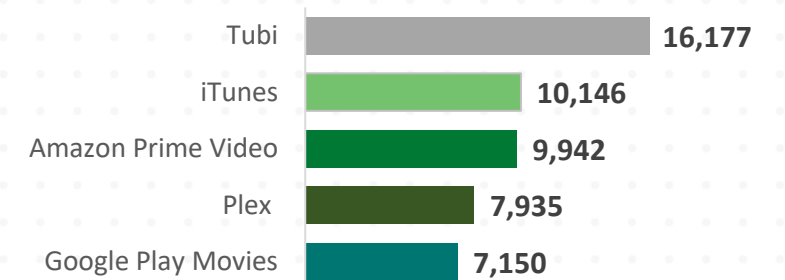
2021



2022



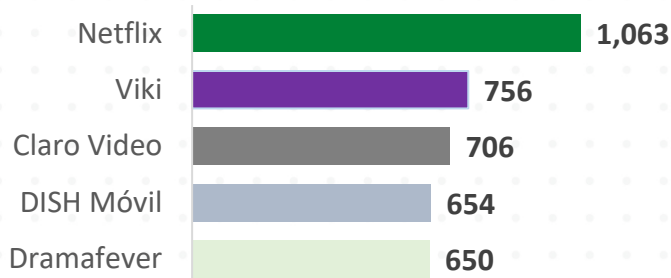
2023



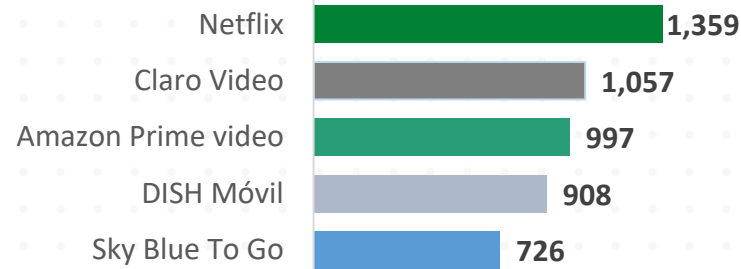
Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. Los datos correspondientes a los años 2016-2021 son de octubre de cada año, mientras que la información correspondiente al año 2022 es de diciembre y de 2023 de marzo.

PLATAFORMA CON MÁS TÍTULOS ÚNICOS DE SERIES

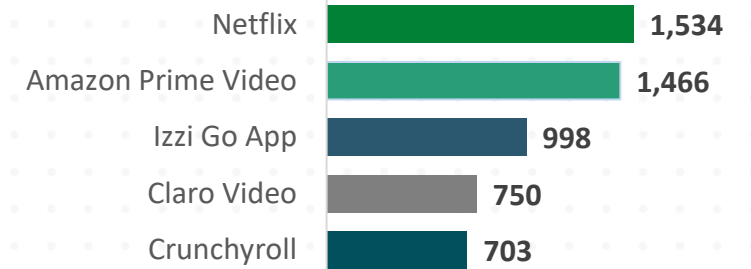
2018



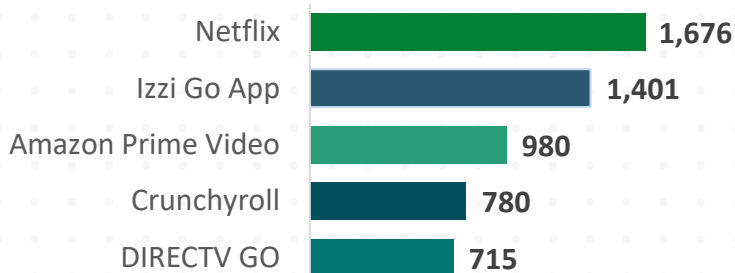
2019



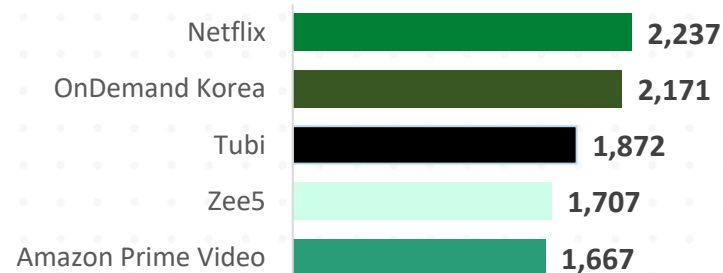
2020



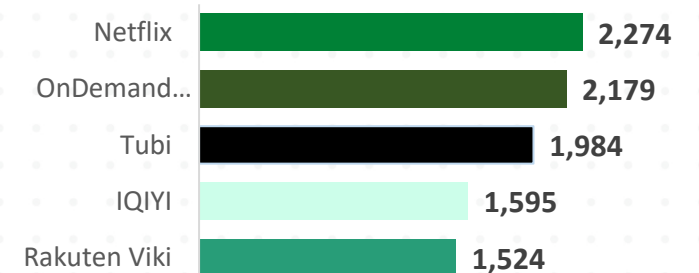
2021



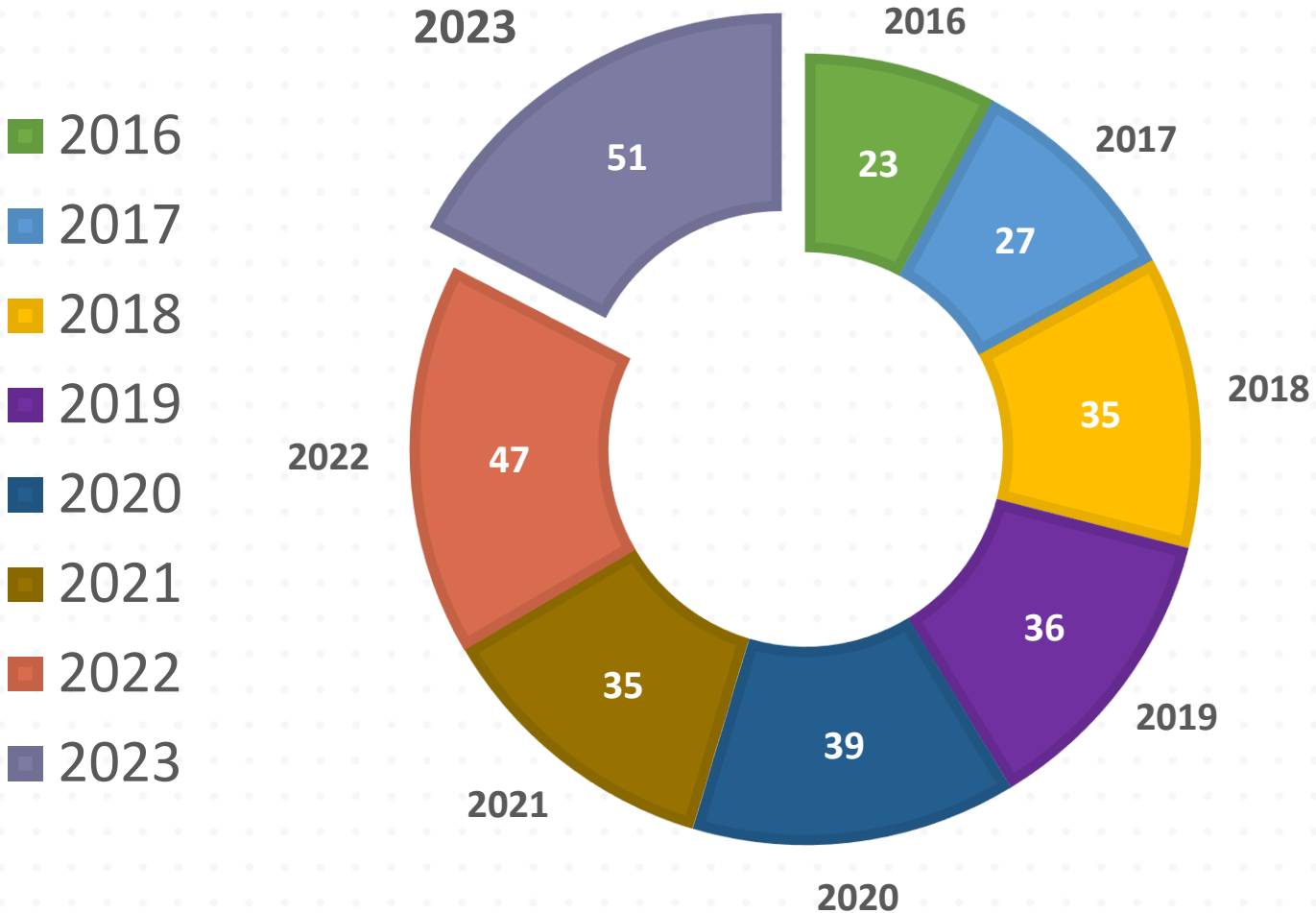
2022



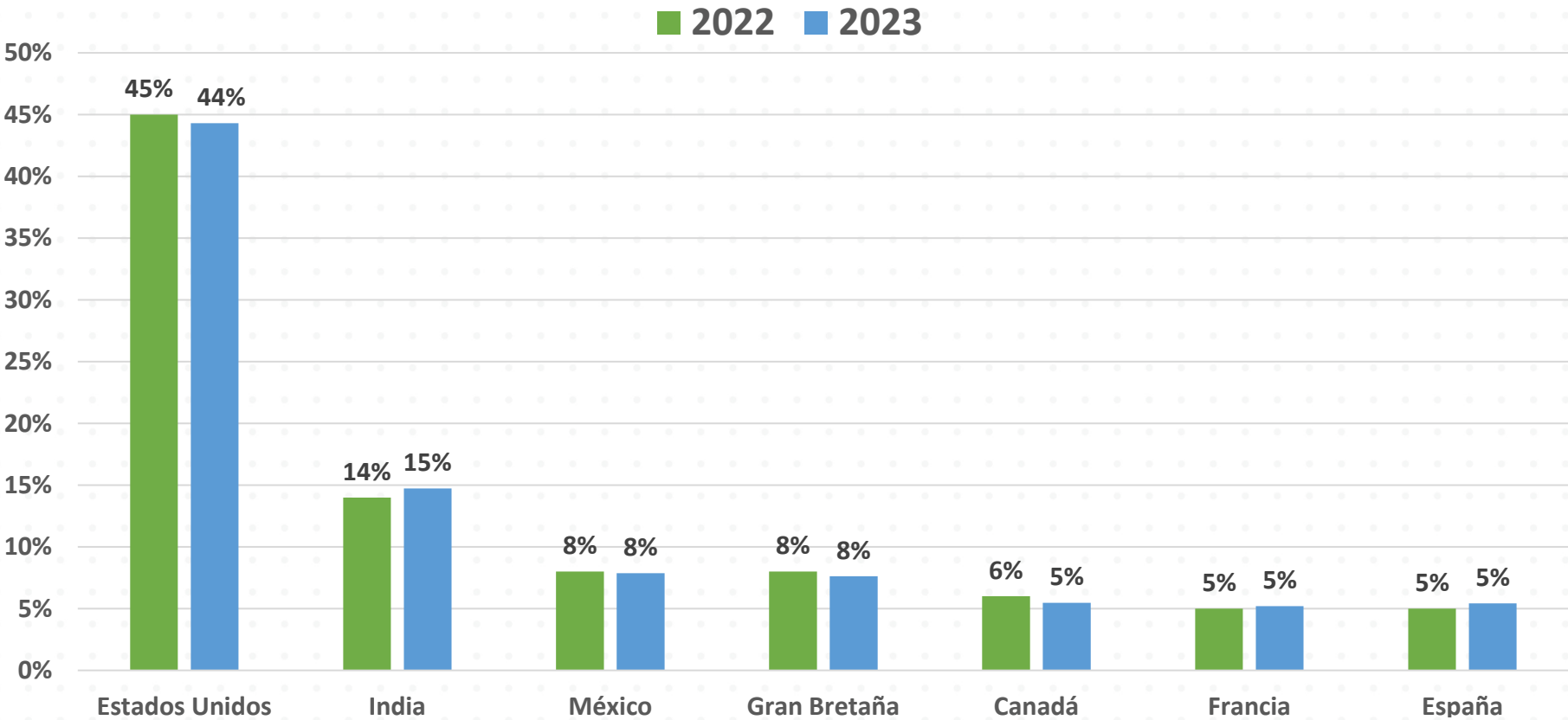
2023



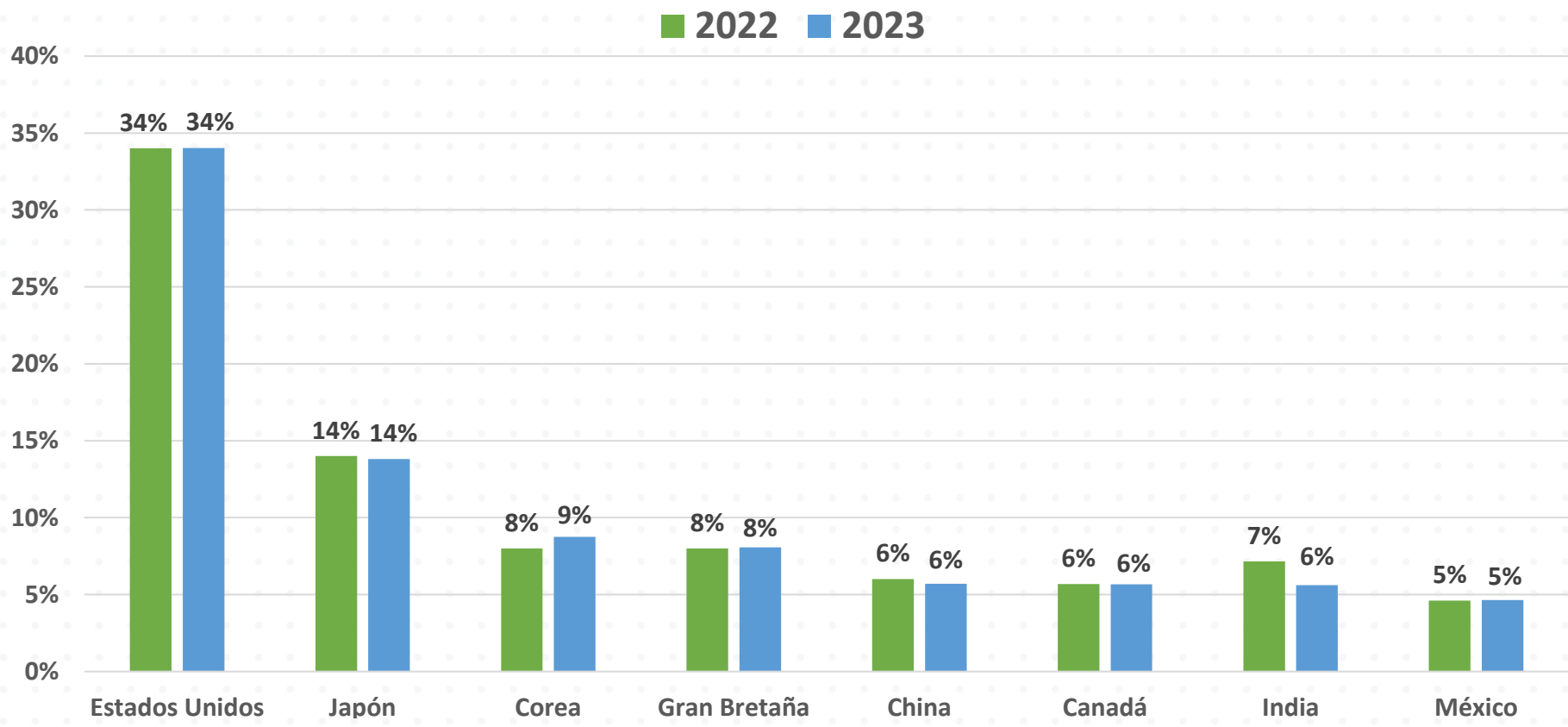
Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. Los datos correspondientes a los años 2016-2021 son de octubre de cada año, mientras que la información correspondiente al año 2022 es de diciembre y de 2023 de marzo.



Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. Los datos correspondientes a los años 2016-2021 son de octubre de cada año, mientras que la información correspondiente al año 2022 es de diciembre y de 2023 de marzo.



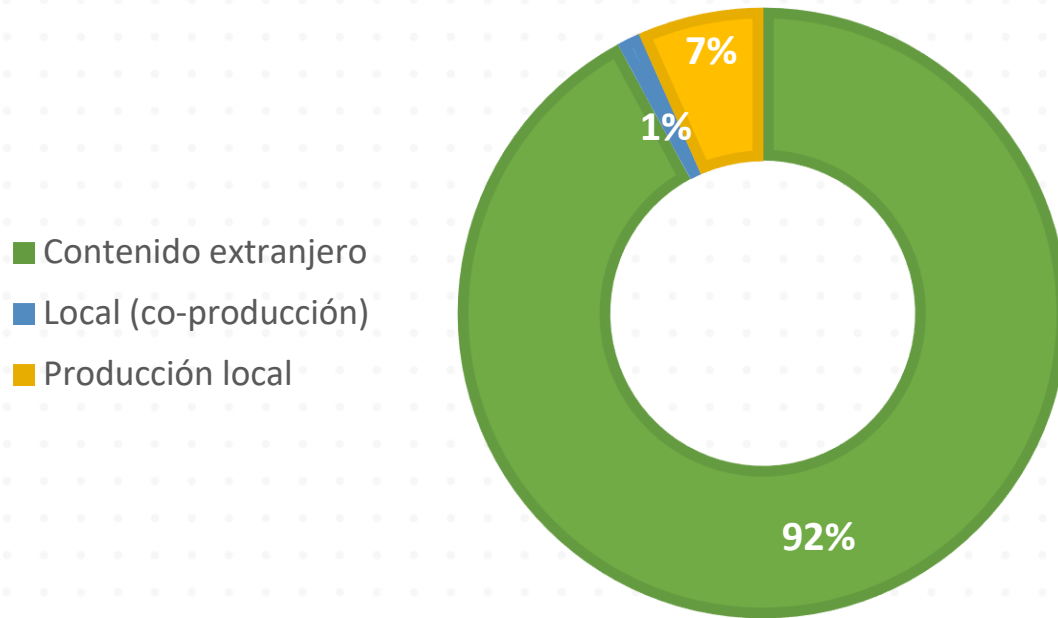
Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. Los datos correspondientes al año 2022 son de diciembre y de 2023 de marzo.
Títulos únicos que ofertan las plataformas con presencia en México. Si un título se ofrece en más de una plataforma, solo se cuenta como un solo título. No se contemplan los títulos de origen no identificado.



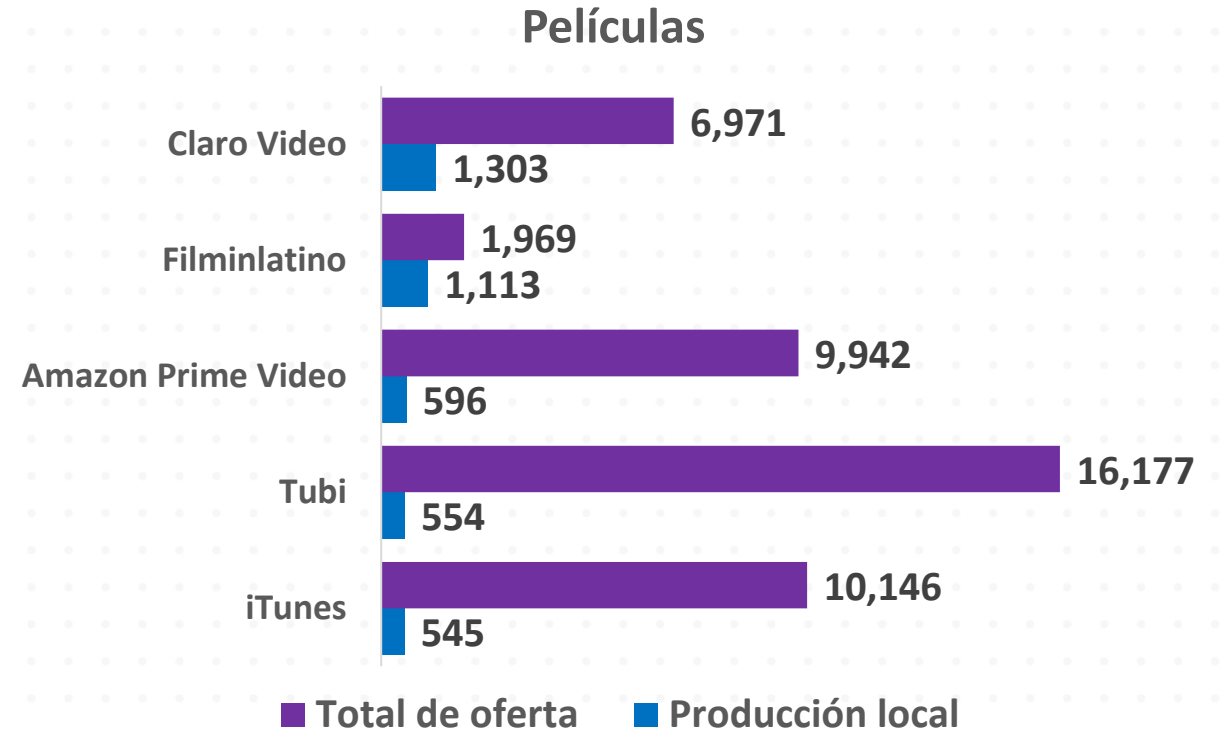
Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. Los datos correspondientes al año 2022 son de diciembre y de 2023 de marzo.

Títulos únicos que ofertan las plataformas con presencia en México. Si un título se ofrece en más de una plataforma, solo se cuenta como un solo título. No se contemplan los títulos de origen no identificado.

% de producciones locales del total de plataformas ofertadas en México



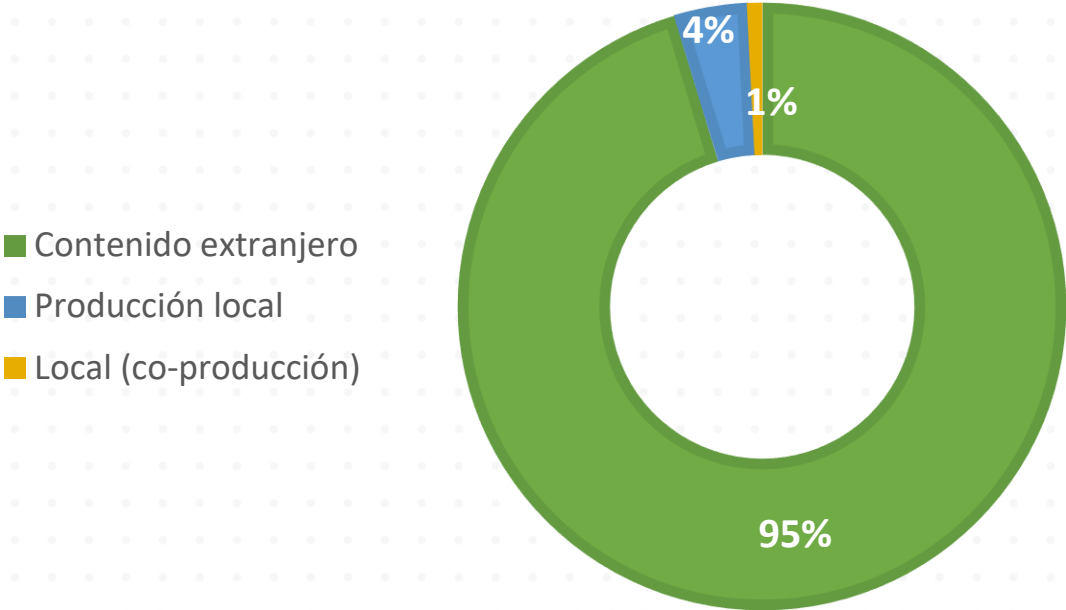
Plataformas con mayor número de producciones y coproducciones locales



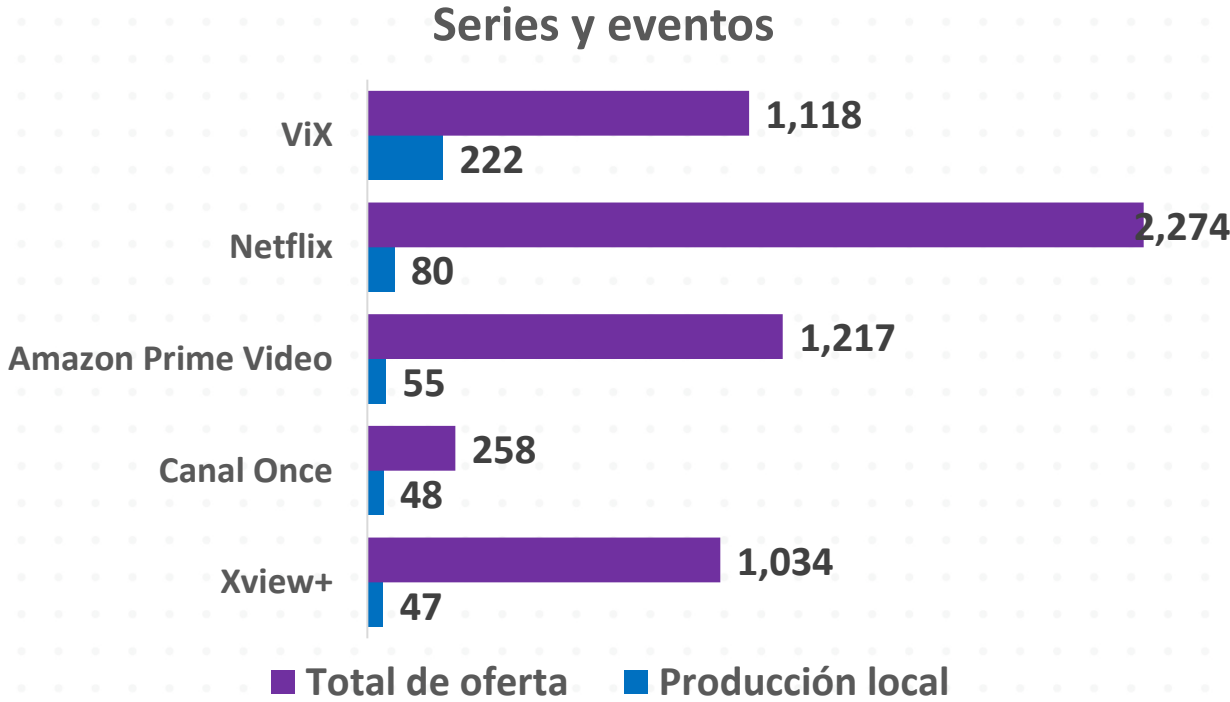
Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. Los datos corresponden a marzo de 2023.

Títulos únicos que ofertan las plataformas con presencia en México. Si un título se ofrece en una plataforma bajo diferentes modelos de negocio el título se contará solo una vez. No se contemplan los títulos de origen no identificado.

% de producciones locales del total de plataformas ofertadas en México



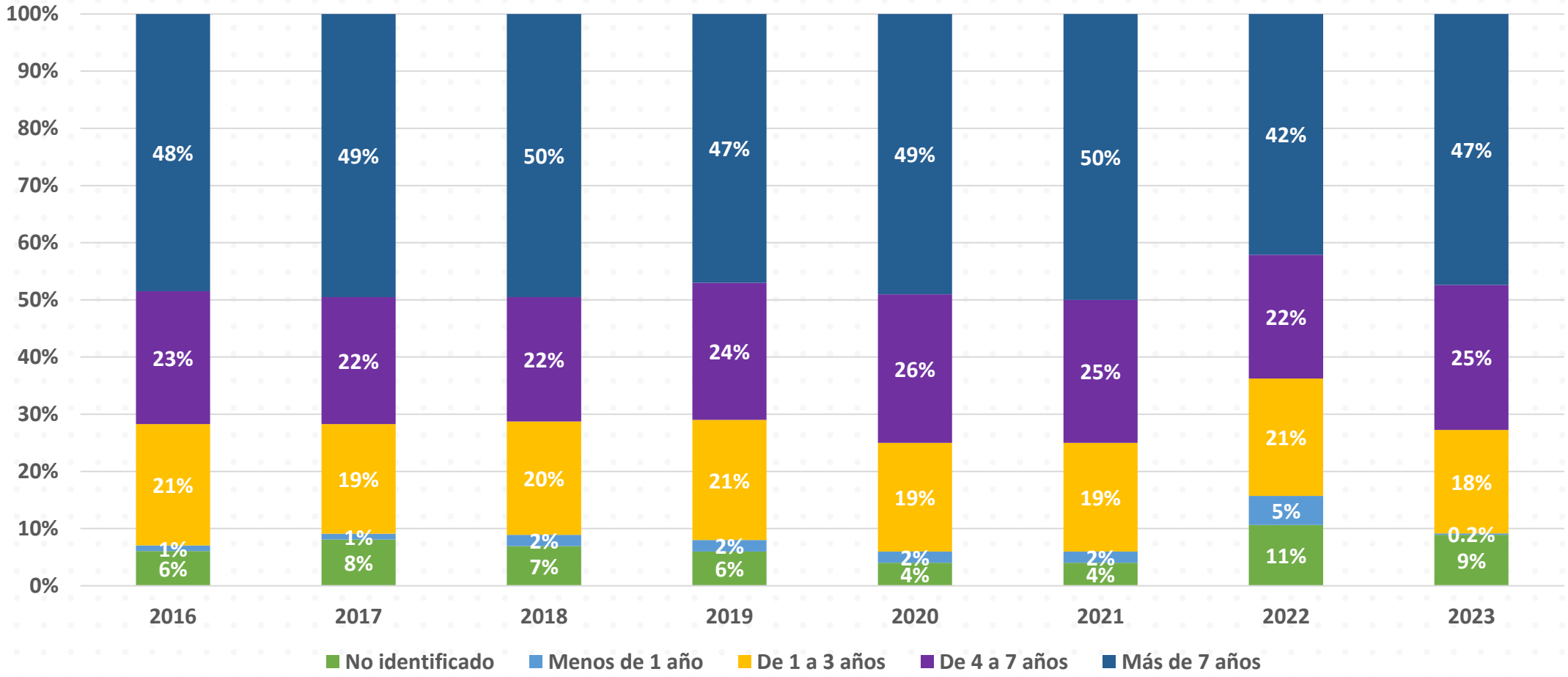
Plataformas con mayor número de producciones y coproducciones locales



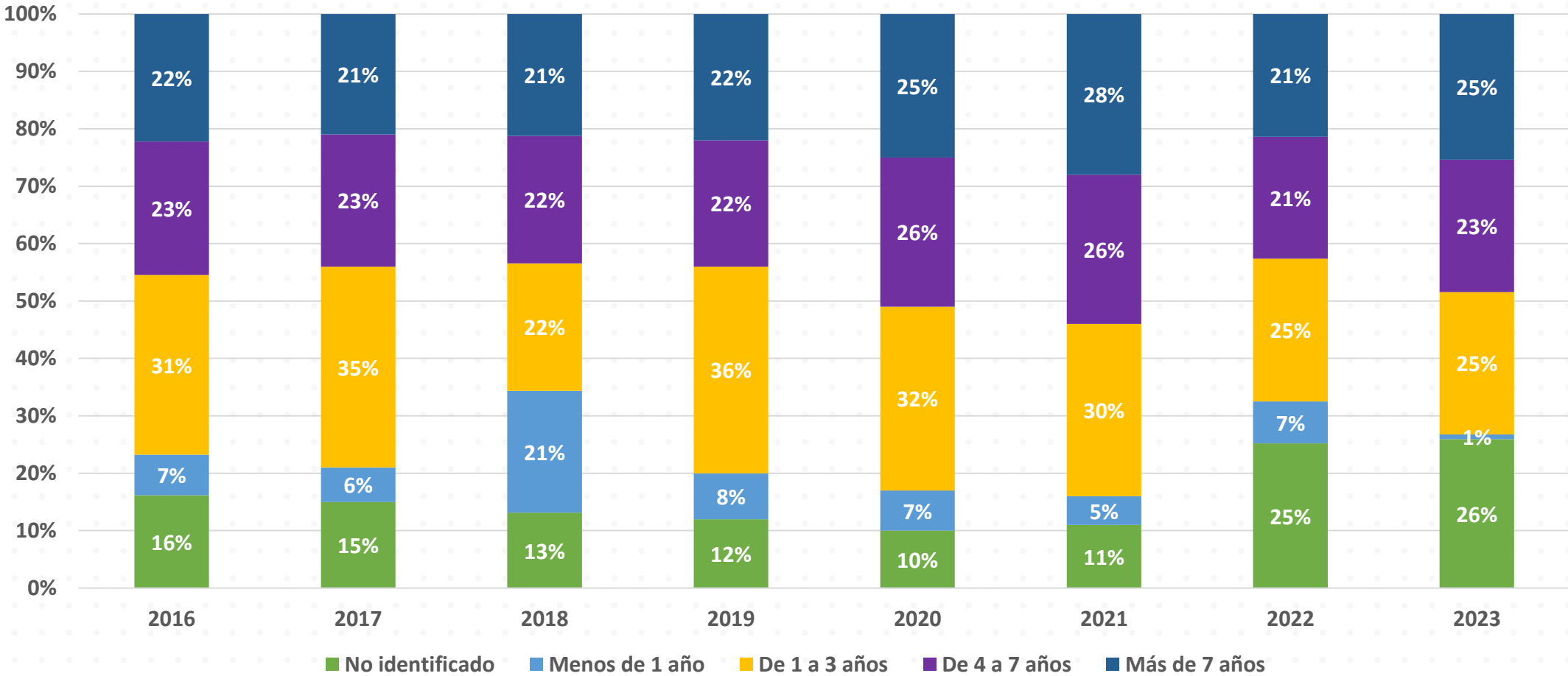
Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. Los datos corresponden a marzo de 2023.

Títulos únicos que ofertan las plataformas con presencia en México. Si un título se ofrece en una plataforma bajo diferentes modelos de negocio el título se contará solo una vez. No se contemplan los títulos de origen no identificado.

OFERTA DE PELÍCULAS DE ACUERDO A LA ANTIGÜEDAD DEL CONTENIDO

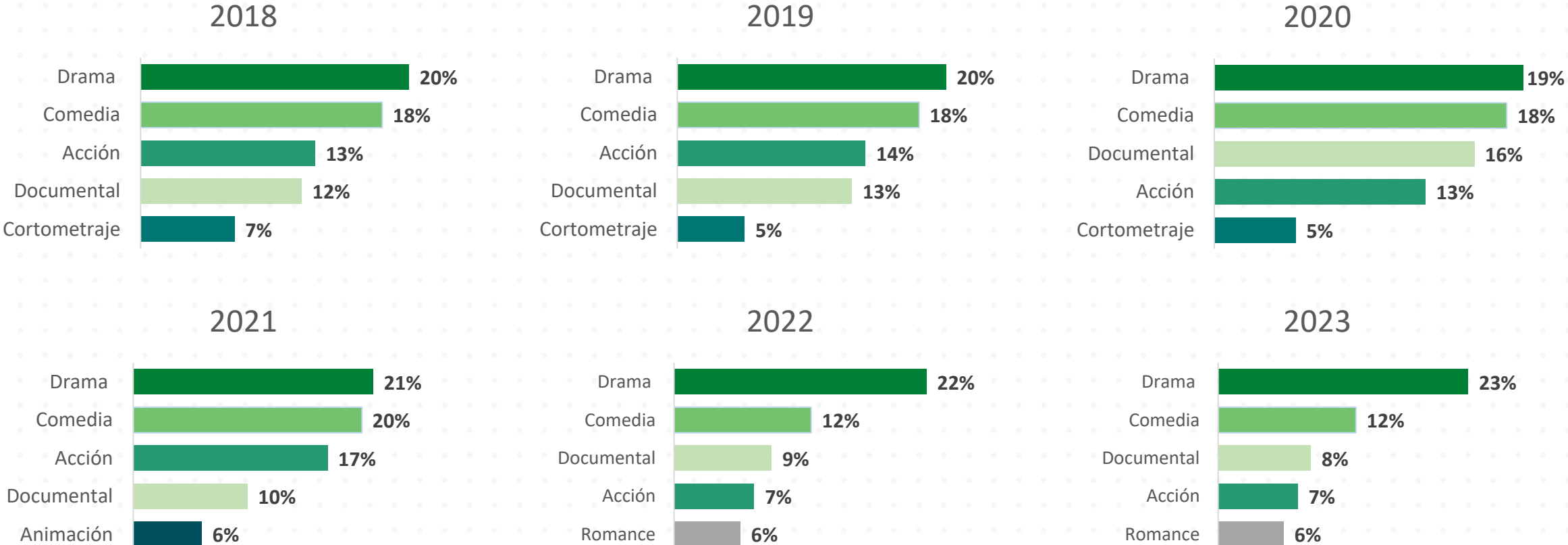


Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. Los datos correspondientes a los años 2016-2021 son de octubre de cada año, mientras que la información correspondiente al año 2022 es de diciembre y de 2023 de marzo. Títulos únicos que ofertan las plataformas con presencia en México. Si un título se ofrece en más de una plataforma, solo se cuenta como un solo título.



Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. Los datos correspondientes a los años 2016-2021 son de octubre de cada año, mientras que la información correspondiente al año 2022 es de diciembre y de 2023 de marzo. Títulos únicos que ofertan las plataformas con presencia en México. Si un título se ofrece en más de una plataforma, solo se cuenta como un solo título.

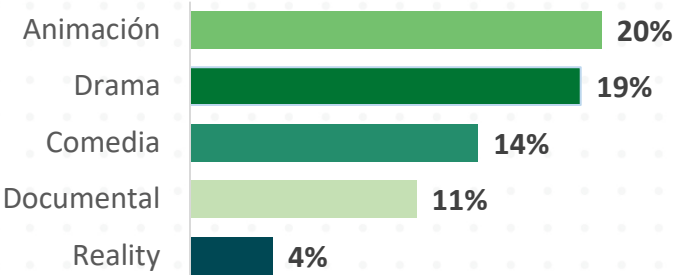
GÉNEROS MÁS OFERTADOS EN PELÍCULAS



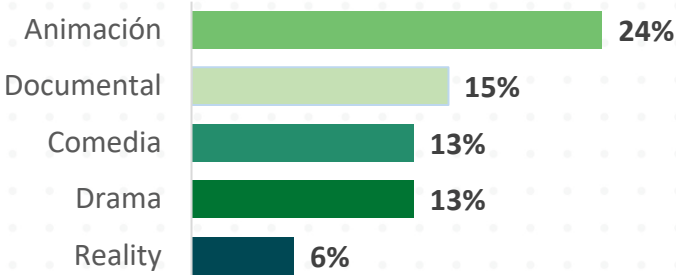
Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. Los datos correspondientes a los años 2016-2021 son de octubre de cada año, mientras que la información correspondiente al año 2022 es de diciembre y de 2023 de marzo. Títulos únicos que ofertan las plataformas con presencia en México. Si un título se ofrece en más de una plataforma, solo se cuenta como un solo título. No se contemplan los títulos con género no identificado.

GÉNEROS MÁS OFERTADOS EN SERIES Y EVENTOS

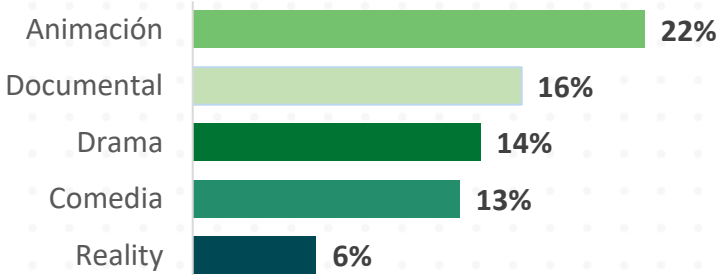
2018



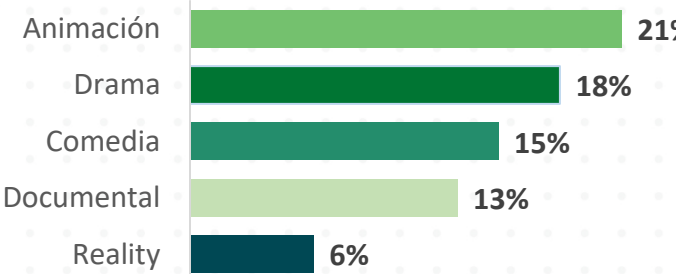
2019



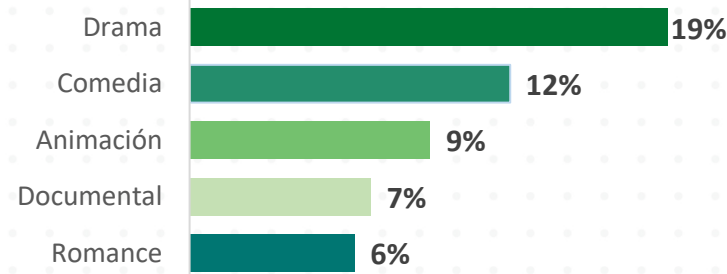
2020



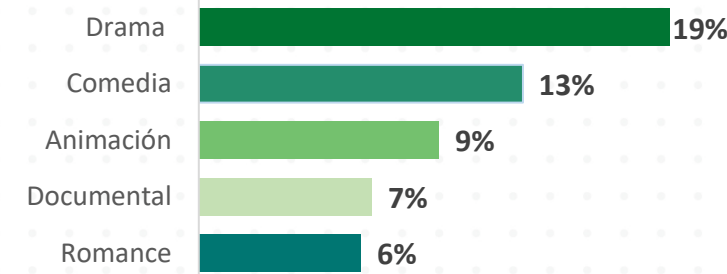
2021



2022

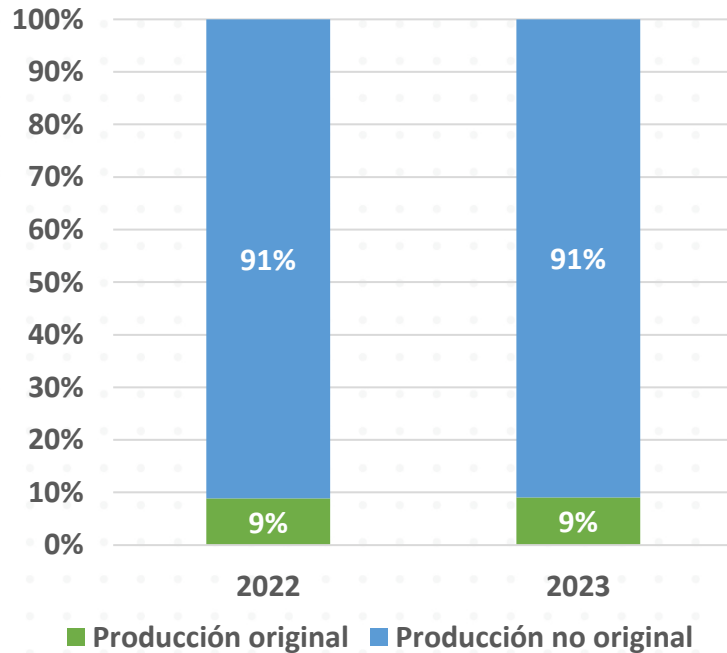


2023

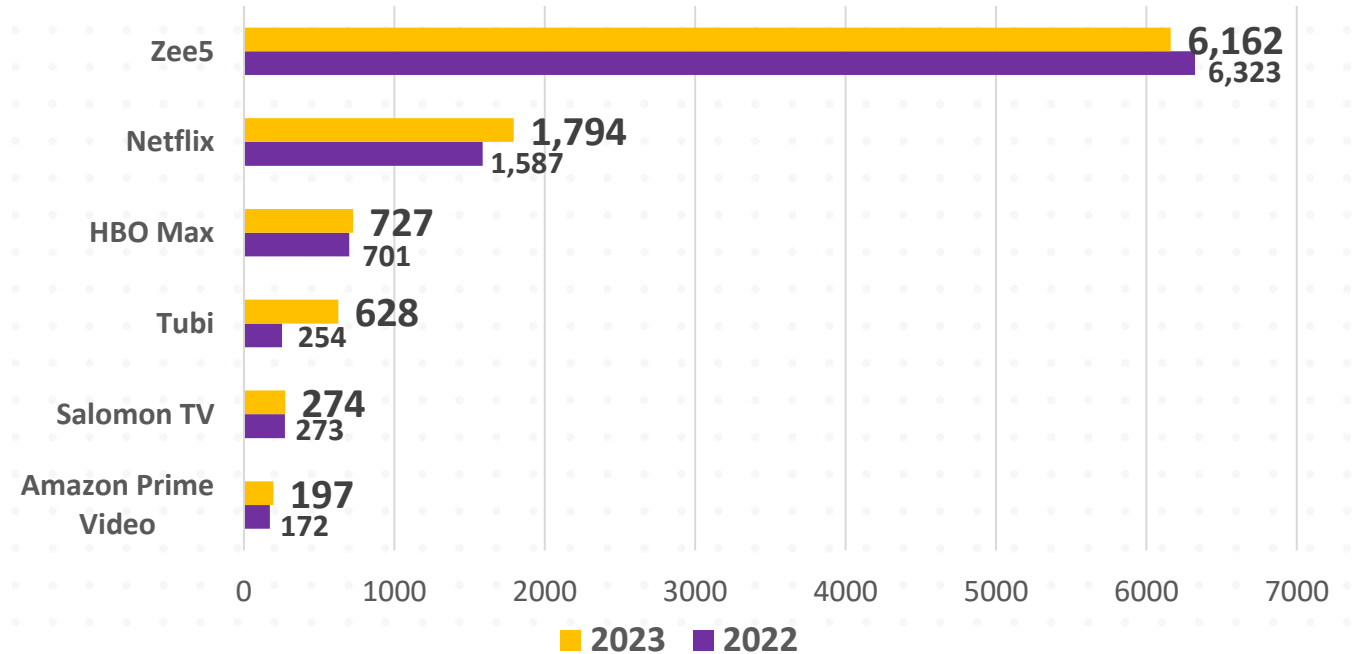


Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. Los datos correspondientes a los años 2016-2021 son de octubre de cada año, mientras que la información correspondiente al año 2022 es de diciembre y de 2023 de marzo. Títulos únicos que ofertan las plataformas con presencia en México. Si un título se ofrece en más de una plataforma, solo se cuenta como un solo título. No se contemplan los títulos con género no identificado.

% de oferta de producciones originales



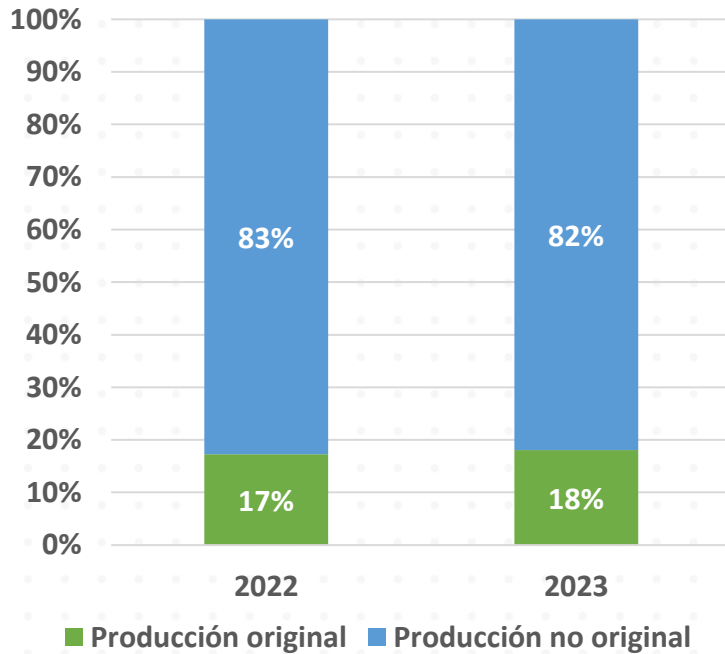
Plataformas con mayor número de títulos originales



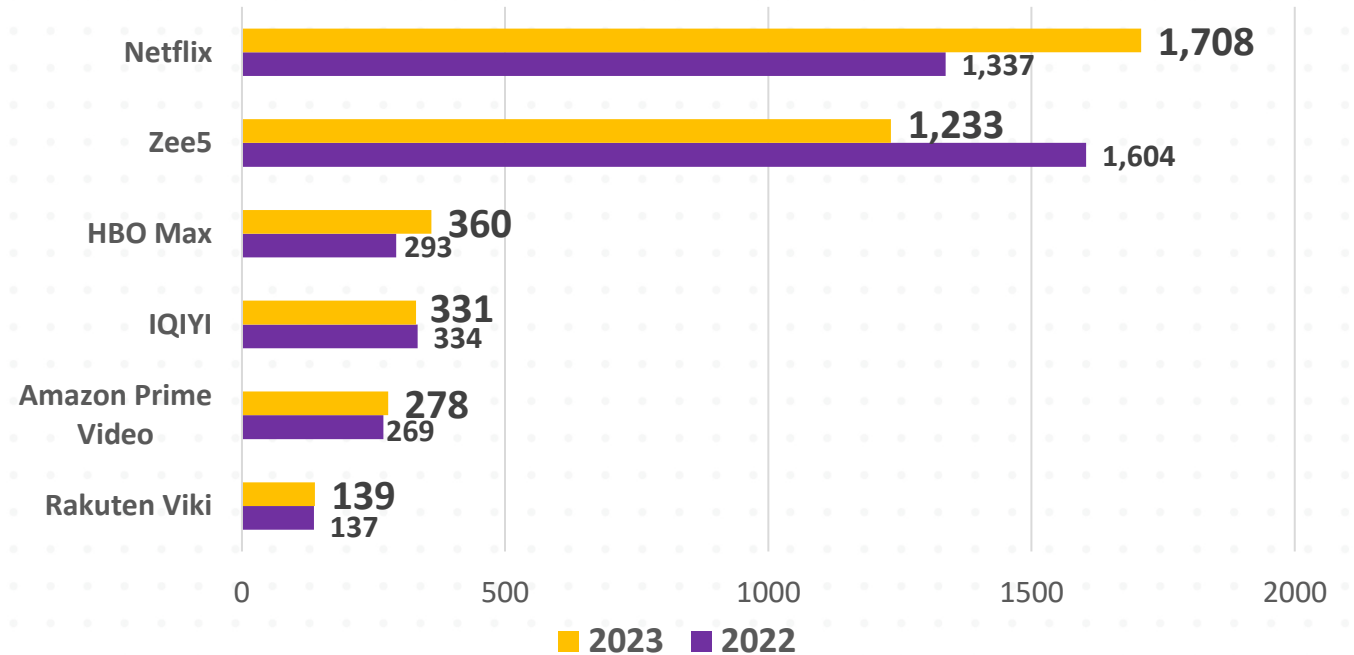
Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. La información de 2022 corresponde al mes de diciembre, mientras que la del 2023 es de marzo.

Títulos únicos que ofertan las plataformas con presencia en México. Si un título se ofrece en una plataforma bajo diferentes modelos de negocio el título se contara solo una vez.

% de oferta de producciones originales



Plataformas con mayor número de títulos originales



Fuente: BB Media - Multiscreens+ / Content Pulse. La información de 2022 corresponde al mes de diciembre, mientras que la del 2023 es de marzo.

Títulos únicos que ofertan las plataformas con presencia en México. Si un título se ofrece en una plataforma bajo diferentes modelos de negocio el título se contará solo una vez.

CONCLUSIONES



- De las **111** plataformas OTT disponibles en México a marzo de 2023, **46%** (51) ofrecen **live streaming**.
- A marzo de **2023** se observa la mayor oferta de plataformas OTT desde que se tiene registro en 2016, con **111** servicios de este tipo disponibles en el país.
- La **participación** de las plataformas pertenecientes a **empresas programadoras disminuyó contra las independientes** ya que las primeras representan el **22%** de la oferta contra el **74%** de las plataformas independientes.
- Los modelos de negocio **híbridos** (43%) de VOD junto con los de **suscripción** (26%) y **gratuitos** (24%) son los servicios con mayor presencia entre la oferta disponible en México.
- La oferta de **títulos de películas** en las plataformas OTT creció **2%** respecto al año anterior, para llegar a los **102,846** en marzo de 2023, contra los **100,429** registrados a finales de **2022**; por su parte, los **títulos de series** se redujo en **0.3%** al registrar **25,647** títulos únicos en marzo de **2023** contra los **25,717** reportados en diciembre de 2022.

- La plataforma **Tubi** creció su catálogo de películas al registrar **16,177 títulos**, lo que la coloca como la que ofrece el catálogo más amplio de estos contenidos. Por su parte, **iTunes** y **Amazon Prime Video** disminuyeron la cantidad de películas en su catálogo, aunque permanecen como la segunda y tercer plataforma con mayor oferta, respectivamente.
- **Netflix** sigue siendo la plataforma con mayor cantidad de títulos de series con **2,274**, seguida por **OnDemand Korea** con **2,179** títulos únicos.
- Tanto en **películas (44%)** como en **series (34%)**, Estados Unidos el principal país de origen de estos contenidos. **México** es el único país Latinoamericano con presencia en el top 10 de países de origen de las producciones de series (**5%**) y eventos y el único en el top 5 de películas (**8%**).
- Las series tienen un mayor porcentaje de contenido reciente contra las películas, ya que el **47% de las películas** ofertadas tienen más de **7 años de antigüedad**, mientras que el **18%** tiene menos de **3 años**; mientras que en **series**, solo **25%** de la oferta tienen más de **7 años** y el **26% menos de 3 años** de antigüedad.
- El **drama** y la **comedia** son los **géneros programáticos** con mayor presencia en la oferta de **series** y **películas**. Destaca que la oferta en series del género **animación** perdió terreno, ya que pasó de hasta **24%** en años anteriores (2019), a tener el **9%** en marzo de **2023**.

ANEXOS



1. Multiscreens+ | Content Pulse de Business Bureau (BB Media)
2. Instituto Federal de Telecomunicaciones. Servicios OTT Audiovisuales y de Audio. Marzo 2022
3. Instituto Federal de Telecomunicaciones. Plataformas Digitales OTT.
4. Instituto Federal de Telecomunicaciones. Impacto de las Empresas proveedoras de servicios por Internet (OTT) sobre la estructura del sector de las Telecomunicaciones y el desarrollo de los mercados y el progreso socioeconómico.
5. Instituto Federal de Telecomunicaciones. Impacto de la penetración de la banda ancha en la TV abierta y servicios OTT.
6. Instituto Federal de Telecomunicaciones. Oferta y demanda de OTTs de contenidos audiovisuales en México.
7. The CIU. <https://www.theciu.com/publicaciones-2/2020/7/13/modelos-de-negocio-de-plataformas-de-streaming>