



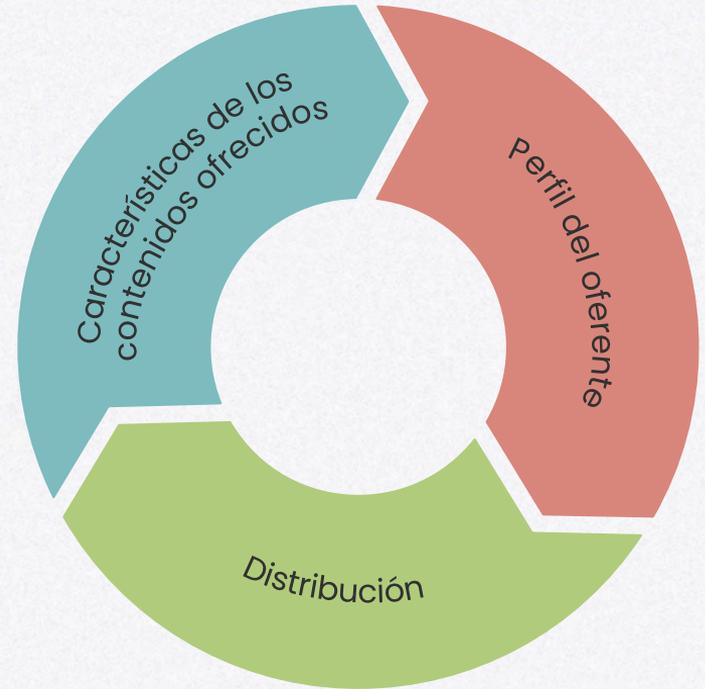
INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

# OFERTA Y DEMANDA DE OTTs DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN MÉXICO

Edición 2021

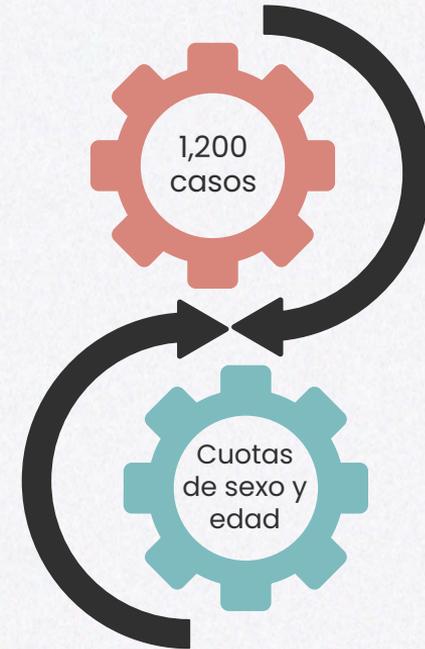
# Oferta de contenidos en OTT

- Los datos se obtienen ingresando en forma manual a plataformas de Streaming en México y una muestra de países de Latinoamérica para obtener perfil del oferente, distribución lograda, características de su oferta.
- El levantamiento de la información no incluye a YouTube gratuito.



# Demanda de contenidos en OTT

- Se trata de un reporte sobre el comportamiento de los hogares con posibilidad real de consumir contenidos en línea.
- Se realiza por medio de la recolección de datos primarios a través de encuestas en paneles en línea, a personas mayores de 16 años que poseen conexión de internet en el hogar.
- Se levantaron 1.200 casos en México.
- Se trabajan con tamaños muestrales que garantizan un nivel de confianza superior al 95% y un margen de error siempre inferior al +/-5%.
- Se establecen cuotas de sexo y edad. No se establecen cuotas a nivel geográfico, buscando una caída libre, con una mayor cantidad de casos en las principales ciudades, pero sin limitar la participación de ciudades del interior.





**1**

**OFERTA**

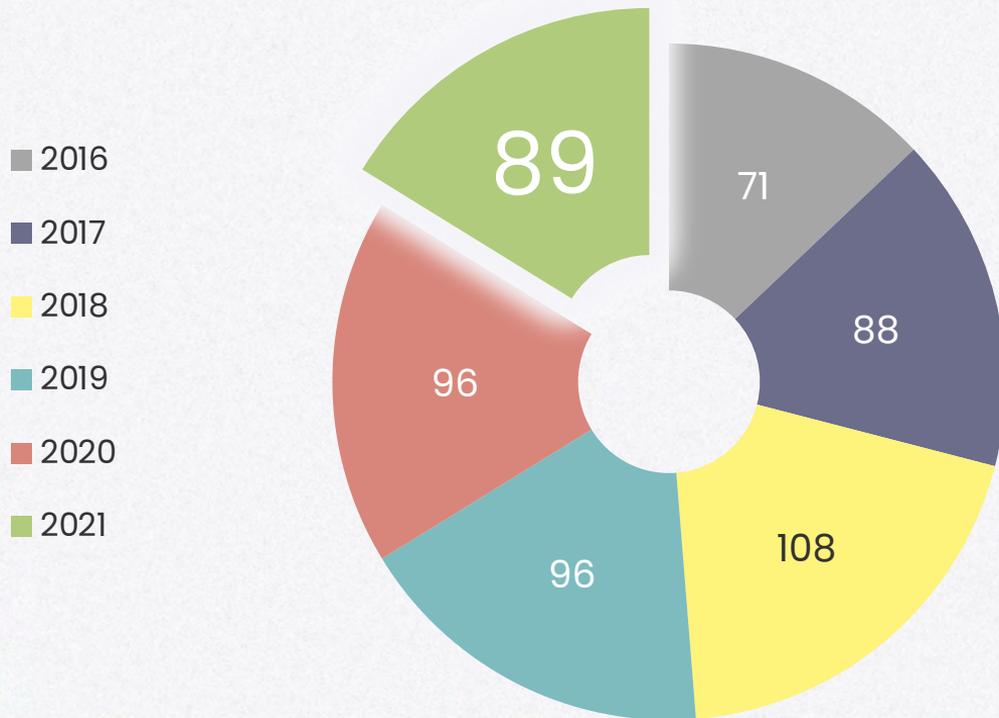
# Principales hallazgos

- **89 plataformas** OTTs tiene presencia en México, de estas el **49%** corresponden a empresas **independientes**, tales como Netflix, YouTube Premium o Amazon Prime Video.
- El **39%** de los **modelos de negocio** ofertados en las plataformas OTTs corresponde al modelo **híbrido**; además, destaca que el **13%** de oferta se da a través de la **reproducción con publicidad** (AVOD).
- La oferta por **tipo de empresa** y **modelo de negocio** se observa más diversificada en las plataformas de tipo **programador**, como los son HBO MAX o Paramount +; en las cuales el **32%** es **híbrido**, el **24%** corresponde a un modelo **AVOD**, **18% gratuito**, **16%** de tipo **TV everywhere**, entre otros.
- En México la oferta de contenidos OTTs supera las **34 mil películas** y poco más de **8 mil series y eventos**.
- Las plataformas con mayor número de **títulos únicos** de **películas** ofertados son **iTunes** con **9 mil 200**, **Amazon Prime Video** con **6 mil 600** y **Claro Video** con **6 mil 500**.

# Principales hallazgos

- **Netflix** es la plataforma que cuenta con una mayor **oferta** de **series** y **eventos** en el país, con **mil 600** títulos; seguido por **Izzi Go APP** con **mil 400** y **Amazon Prime Video** que supera los **900 títulos**.
- De las **89 plataformas** que ofertan en México, el **40%** ofrecen la posibilidad de disfrutar contenidos en vivo (**live streaming**).
- El **50%** de la **oferta de películas** en las plataformas OTT que operan en México tiene **más de 7 años de antigüedad**, frente al **2%** de aquellas cuyo lanzamiento fue hace **menos de un año**.
- La proporción de **series** y **eventos** disponibles tiende a una distribución uniforme en cuanto a su antigüedad, así el **30% de los contenidos** tiene **entre uno y 3 años**, el **26%** entre **3 y 7 años**, y el **28% más de 7 años**.
- El **drama** y la **comedia** son el **tipo de películas** más ofertadas con un **21%** y **20%** respectivamente; por su parte, en **series** y **eventos**, los géneros más ofertados son la **animación** con un **21%** y el **drama** con un **18%**.

# Plataformas OTT con presencia en México

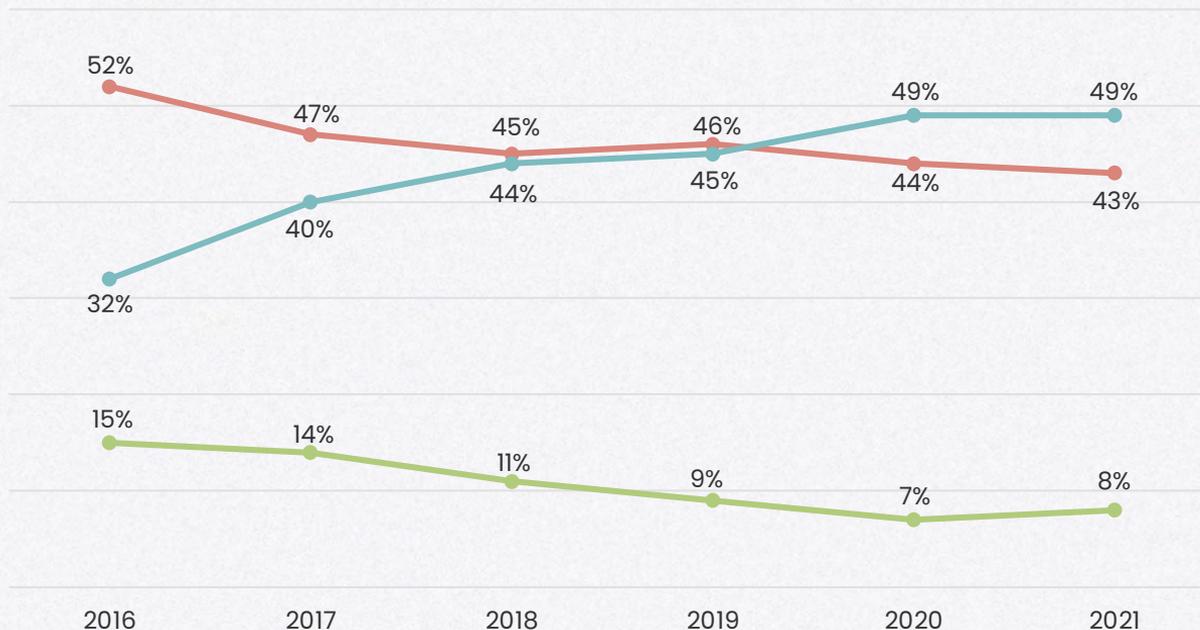


# Evolución de la oferta de plataformas por tipo de empresa

Programador  
(p.ej: HBO Max, Paramount +, Starzplay)

Independiente  
(p.ej: YouTube Premium, Amazon Prime Video, Netflix)

Cableoperador  
(p.ej: Claro Video, Dish móvil, Izzi GO APP, Totalplay Go)

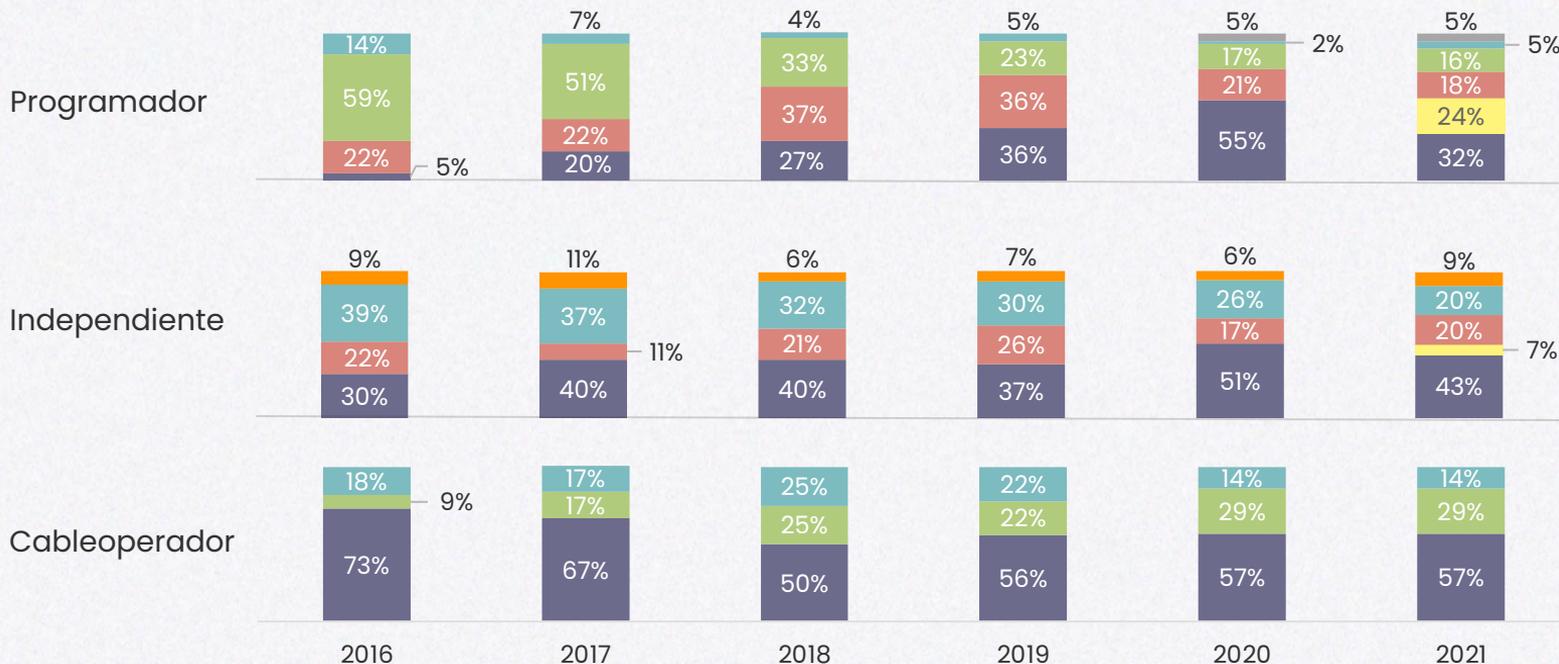


# Evolución de la oferta de plataformas por modelo de negocio



■ Híbrido ■ Gratuito ■ Advertising VOD ■ Suscripción ■ TV Everywhere ■ Transacción ■ VOD Via STB

# Evolución de la oferta de plataformas por tipo de empresa y modelo de negocio

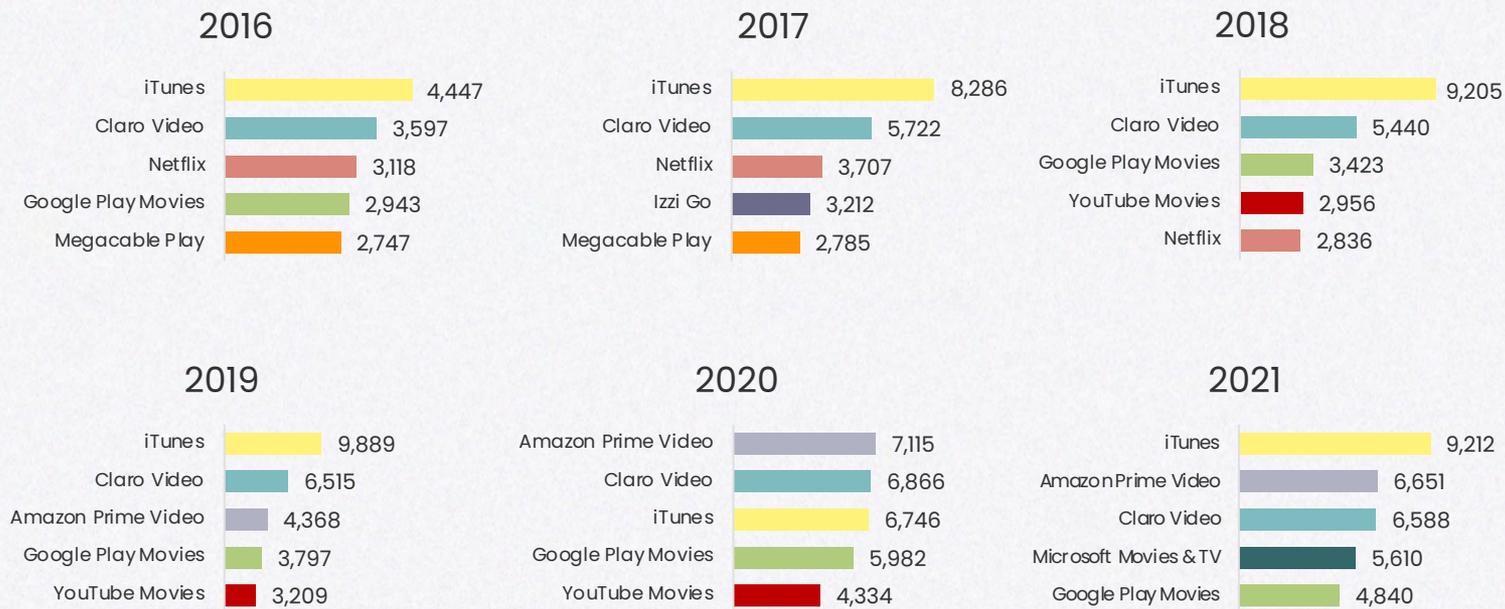


■ Híbrido ■ Advertising VOD ■ Gratuito ■ TV Everywhere ■ Suscripción ■ Transacción ■ VOD Via STB

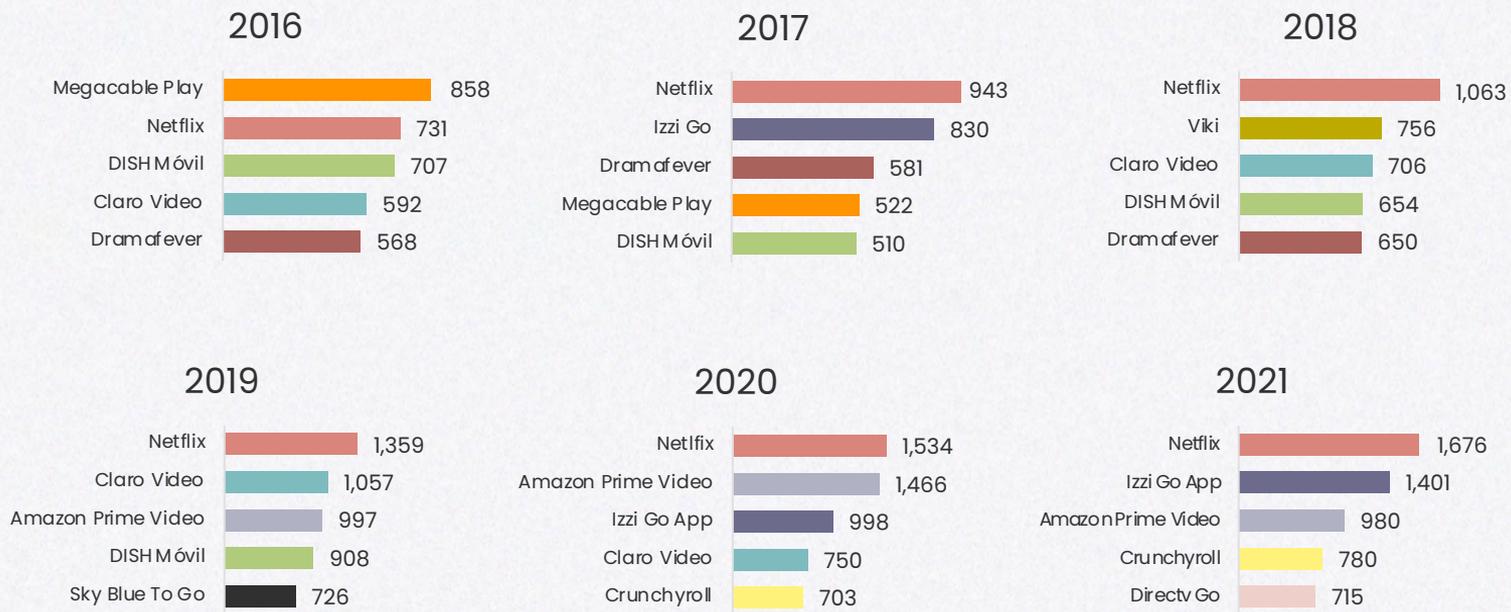
# Evolución de la oferta de películas y series & eventos



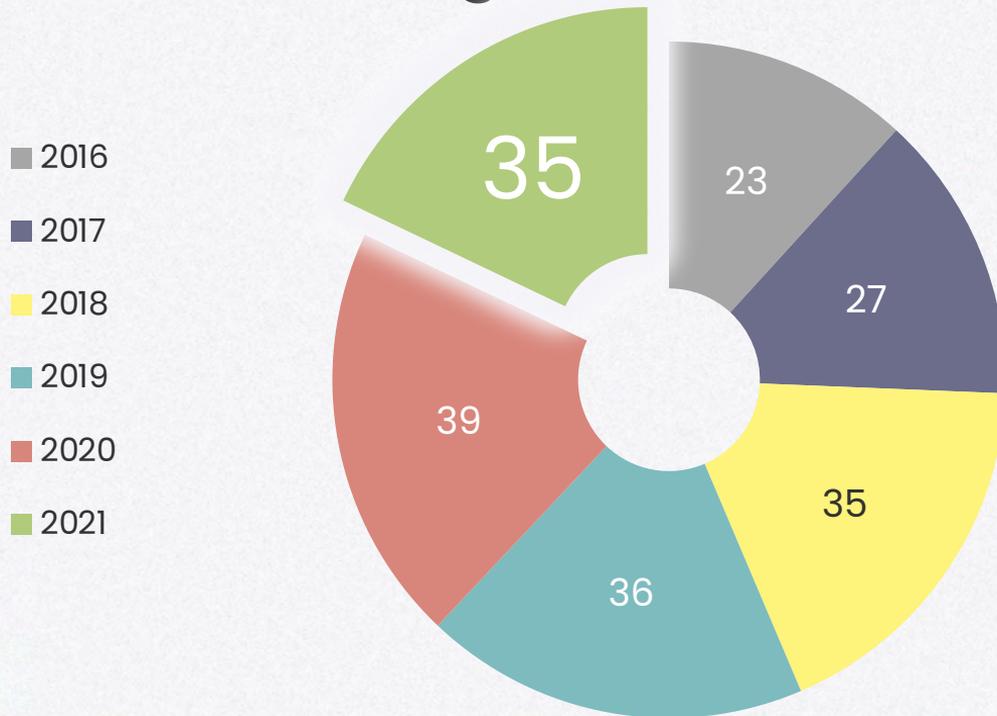
# Plataformas con mayor cantidad de títulos únicos de películas



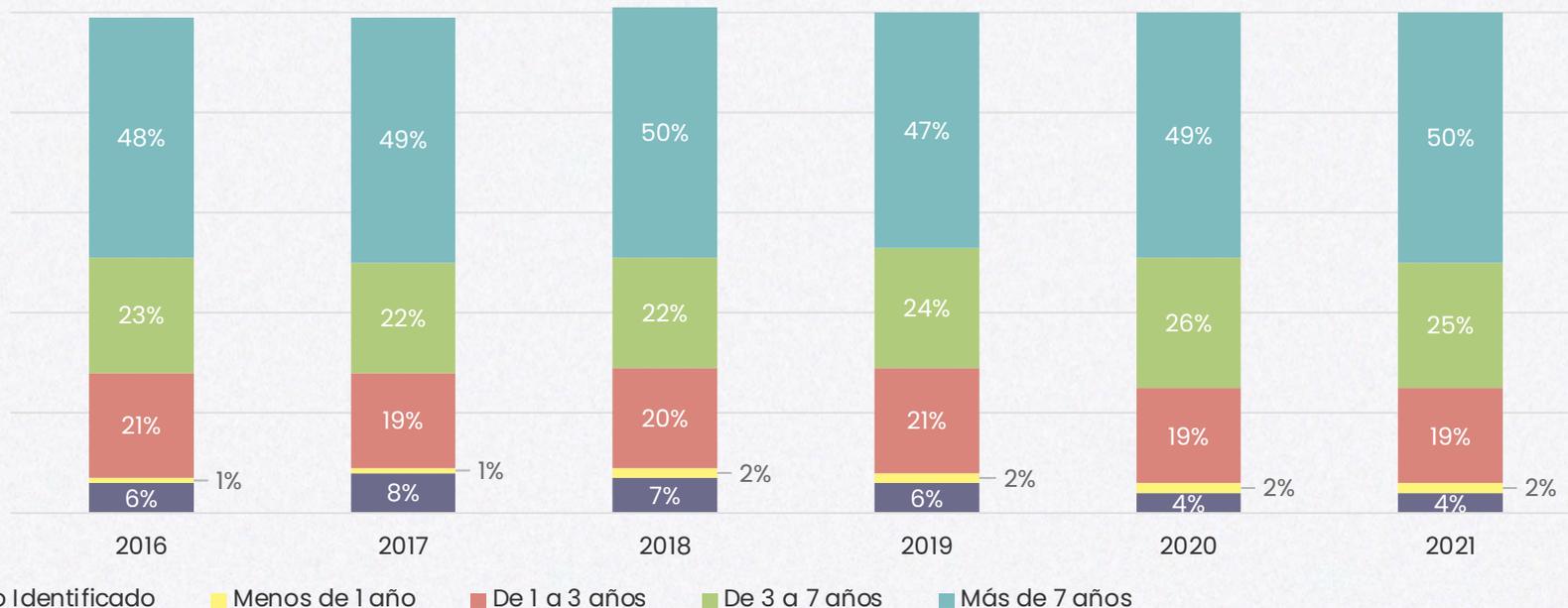
# Plataformas con mayor cantidad de títulos únicos de series



# Plataformas que ofrecen contenido en vivo (Live streaming)



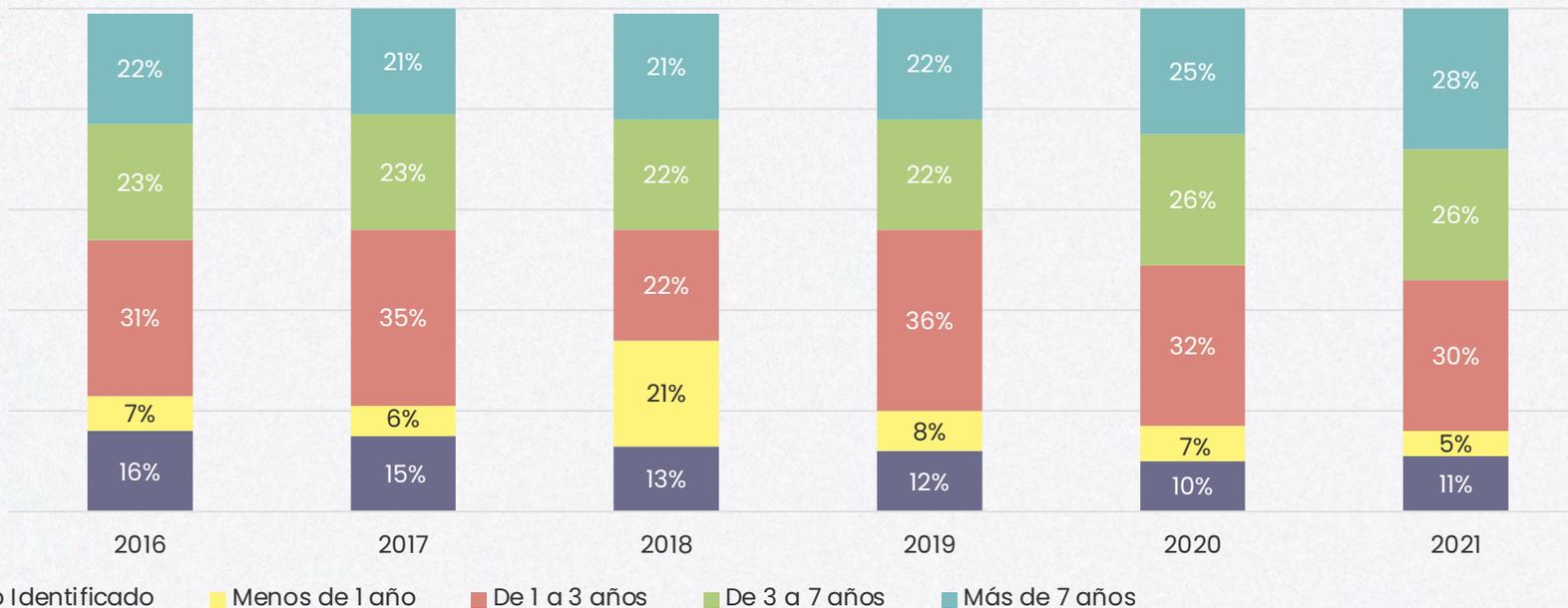
# Oferta de películas en plataformas OTTs de acuerdo a la antigüedad del contenido



Fuente: Multiscreens | Platforms & Contents de Business Bureau.  
La información corresponde al mes de octubre en cada año.

Títulos únicos que ofertan las plataformas con presencia en México. Si un título se ofrece en más de una plataforma, solo se cuenta como una observación.

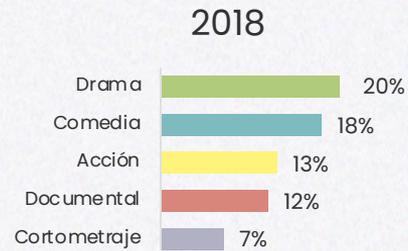
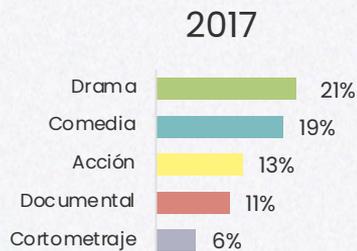
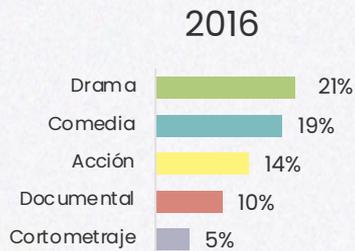
# Oferta de series & eventos en plataformas OTTs de acuerdo a la antigüedad del contenido



Fuente: Multiscreens | Platforms & Contents de Business Bureau. La información corresponde al mes de octubre en cada año.

Títulos únicos que ofertan las plataformas con presencia en México. Si un título se ofrece en más de una plataforma, solo se cuenta como una observación.

# Género más ofertado en películas



# Género más ofertado en series & eventos





**2**

**DEMANDA**

# Principales hallazgos

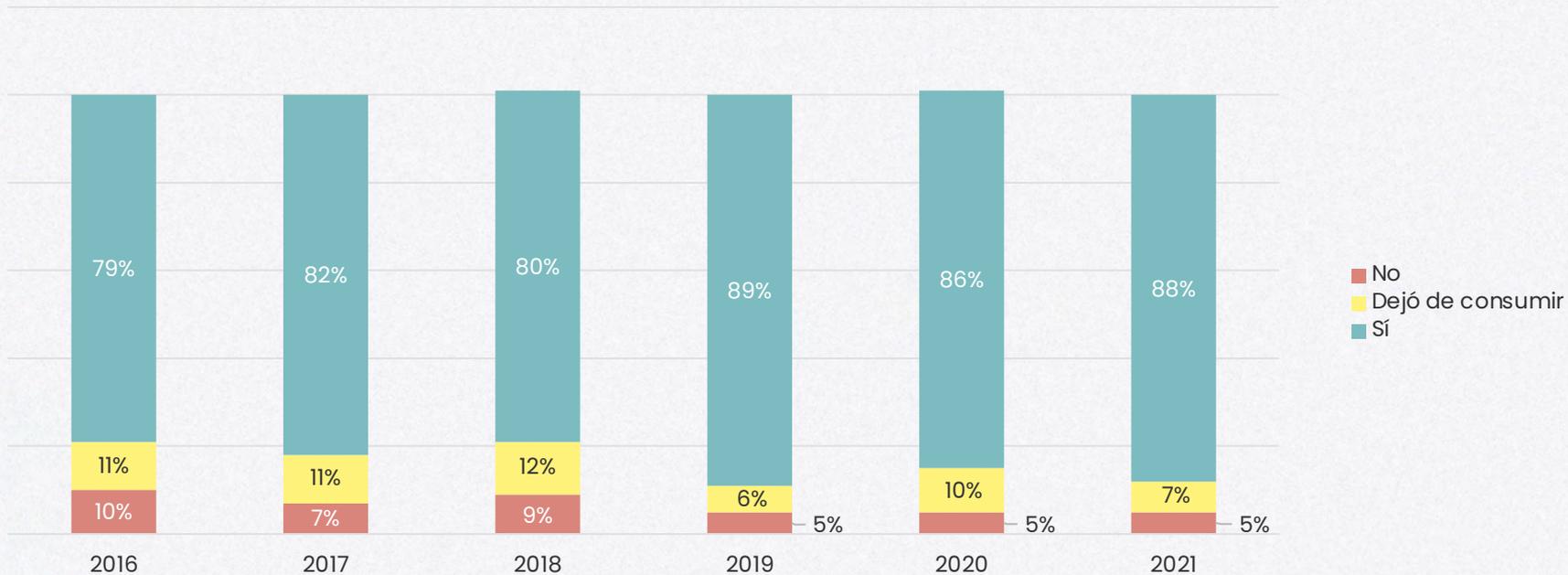
- La estimación de **ingresos anuales** obtenidos por las plataformas OTTs supera los **mil ochocientos millones de dólares** en México, a este valor aporta la incursión de nuevos actores en el mercado como Disney +, HBO MAX y Paramount +.
- La proporción de usuarios que consumen **películas, series y eventos en línea** es de **88%**, frente a un **12%** que **no** lo hacen.
- El **33%** destaca que, **no consumen** películas, series y eventos por que **no tiene tiempo** y el **22%** debido a que tienen **mucha publicidad**.
- Los **modelos de negocio** de **suscripción** y **publicidad** son los que más se consumen en México con un **74%** y **71%**, respectivamente.
- Las **películas, series y documentales** son el tipo de contenido audiovisual que presenta mayor frecuencia de consumo con un **85%**, **75%** y **40%** respectivamente.
- **“Cruella”, “Loki”** y documentales **sobre la vida animal** son los **contenidos** que las personas **recuerdan** haber visto en los últimos **3 meses**.

# Valor del mercado para el modelo de suscripción



Fuente: BB New Media Essentials.  
La información corresponde al mes de junio en cada año.  
Estimación de los ingresos anuales en millones de dólares americanos con base en el número de usuario netos (hogares) y el costo promedio de suscripción. Se tiene un incremento en 2021 por el ingreso al mercado de nuevas plataformas SVOD (Disney+, HBO MAX y Paramount+).

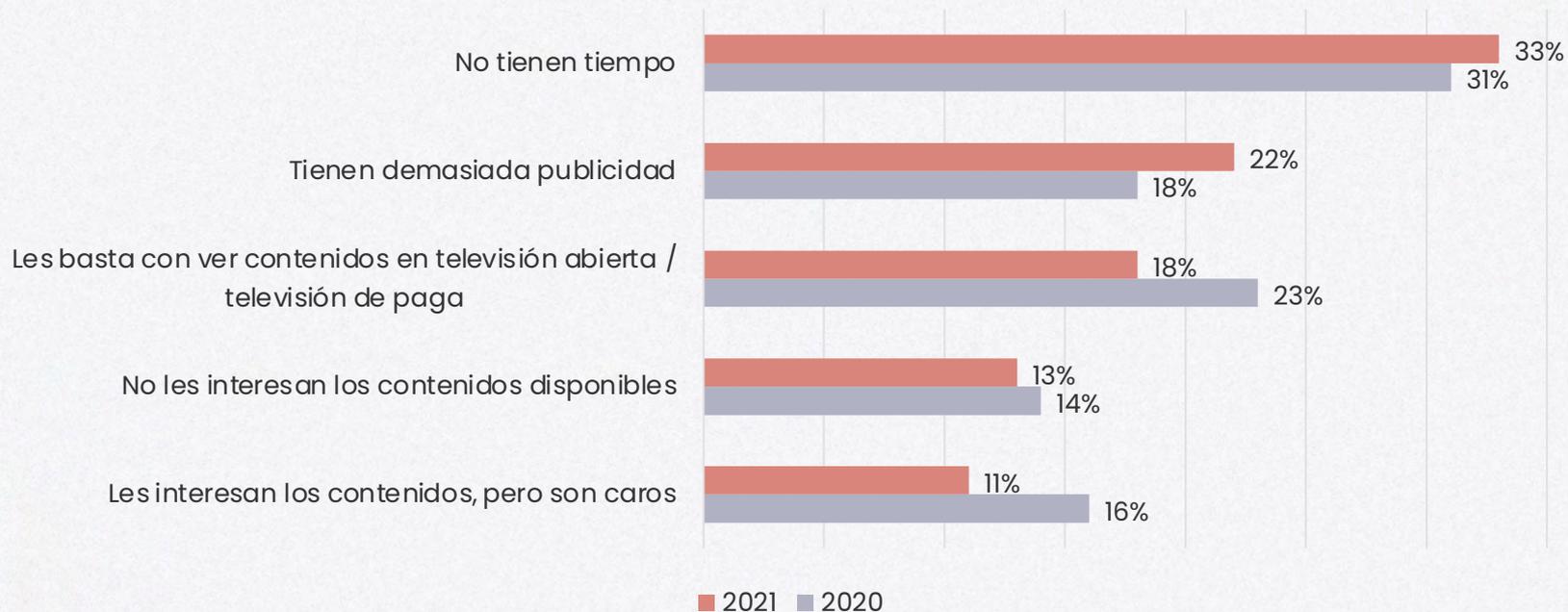
# Ven películas, series o eventos en línea



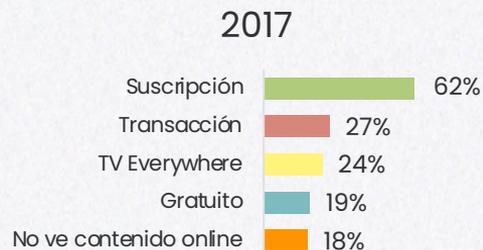
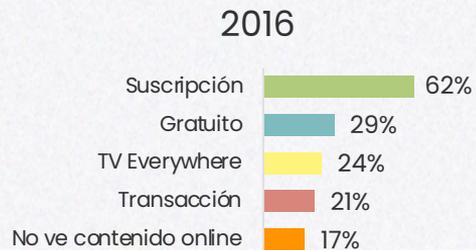
# Consumo por género de quienes ven películas, series o eventos en línea



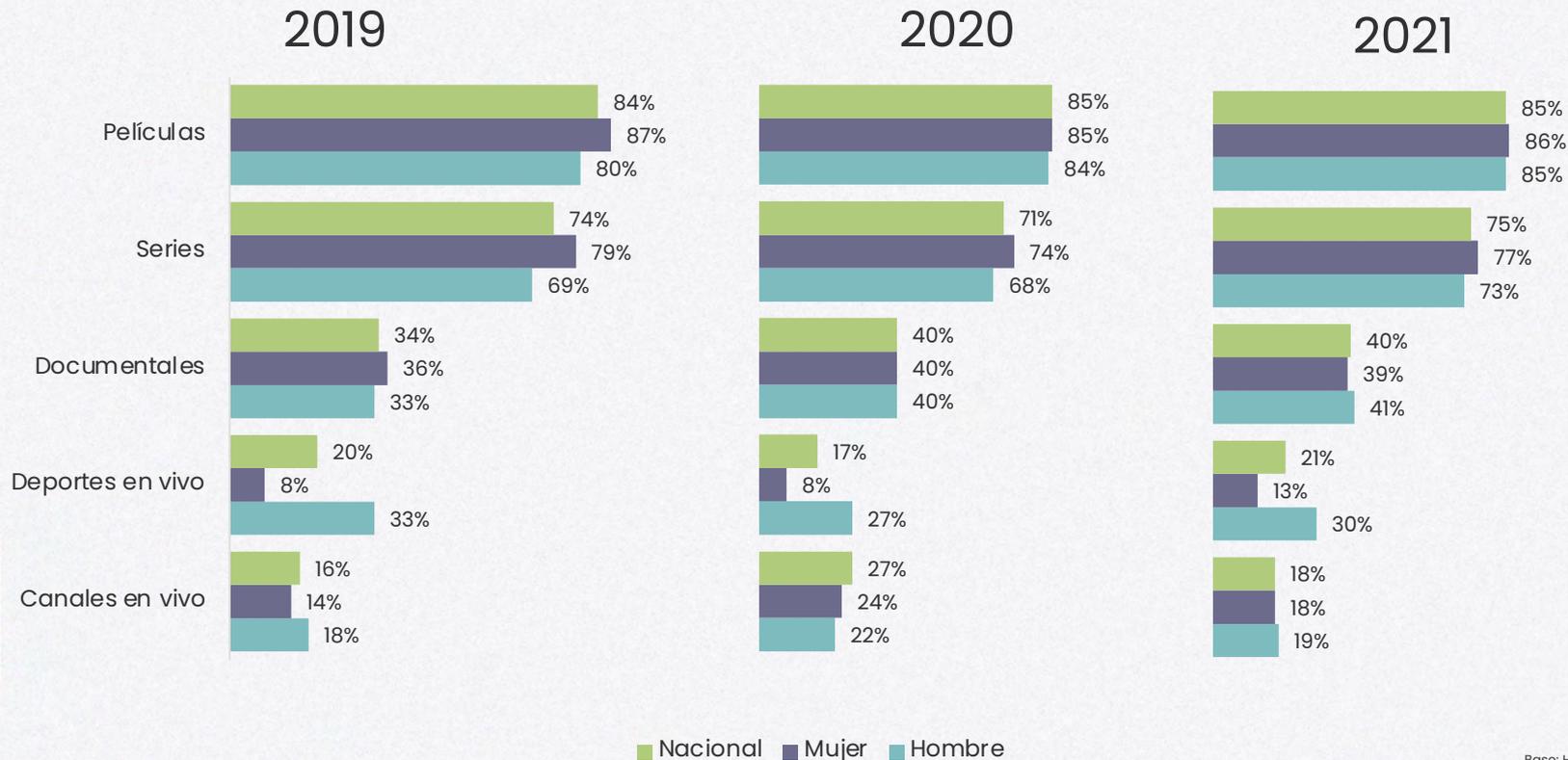
# Motivos por los que no ven contenidos en línea



# Evolución del consumo por modelo de negocio



# Contenidos favoritos vistos mediante OTTs



# Contenidos que recuerdan haber visto en los últimos 3 meses

## Películas

1. Cruella
2. Luca
3. F9
4. The Tomorrow War
5. Avengers: End Game

## Series

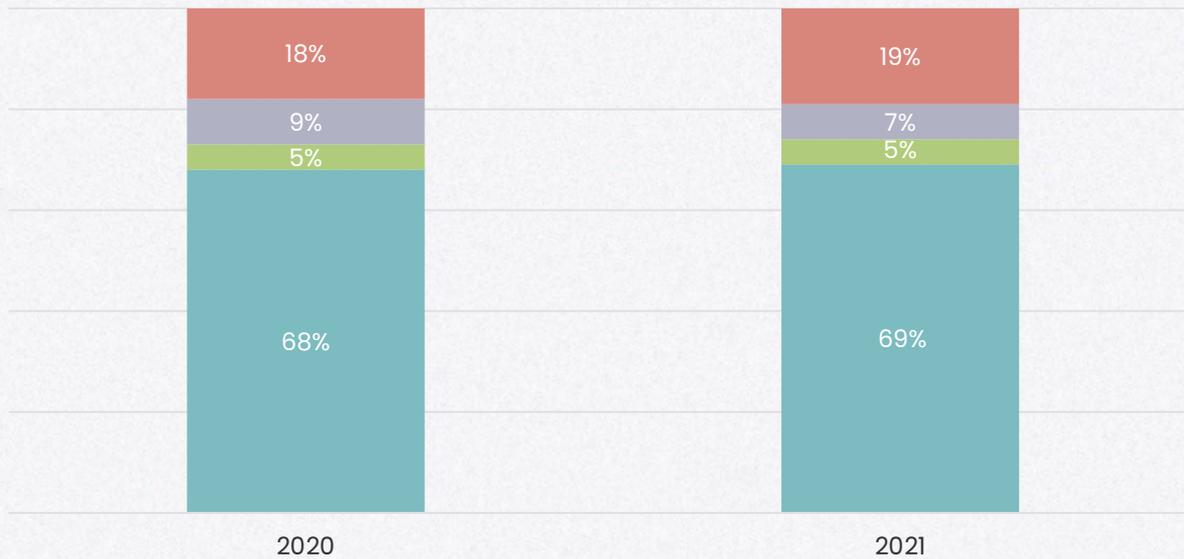
1. Loki
2. Élite
3. Lucifer
4. La Casa de Papel
5. The Good Doctor

## Documentales

1. Sobre la Vida Animal
2. National Geographic
3. Our Planet
4. Las Tres Muertes de Maricela Escobedo
5. Planet Earth

# Consumo de apps de música, películas y series

- Sólo películas y series
- Sólo apps de música
- Ninguna
- Música, películas y series



# Glosario

- **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.
- **Tipo de empresa:**
  - **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).
- **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.
  - **Gratuito (FVOD):** Es el VOD gratuito. Puede requerir o no de crear un usuario. (por ejemplo: Televisa Deportes, TV Azteca).
  - **Publicidad (AVOD):** Son las plataformas FVOD que monetizan a través de publicidad de terceros. (por ejemplo: Pluto TV, o YouTube).
  - **Suscripción VOD (SVOD):** Es VOD por Suscripción Mensual para acceder a los contenidos. (por ejemplo: Netflix, Blim).
  - **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.).
  - **Híbrido:** Plataformas que combinan tipos de negocio. (por ejemplo: Claro Video).
  - **Validated VOD:** Es el VOD al que solo se puede acceder demostrando que uno es cliente de dicha empresa, y por eso obtiene acceso gratuito a determinado contenido.



INSTITUTO FEDERAL DE  
TELECOMUNICACIONES

Edición 2021