

Más plataformas de streaming de video en AL

Los datos de la consultora BB son contundentes, las plataformas de streaming de video en América Latina se mantienen en crecimiento, y a la fecha se contabilizan 257 online, 46 más que en 2017. Hasta el año pasado, **Netflix exhibía la mayor participación de mercado** entre servicios de suscripción de Video On Demand (VOD) con 36 por ciento, seguido por Claro Video, con ocho por ciento; y Amazon Prime Video, con tres por ciento.



De los 18 países analizados por BB, **69 de estas plataformas de streaming de video pertenecen a cableoperadores, 104 a programadores y 81 a empresas independientes.** Se estima que el mercado OTT ofrece a los usuarios un abanico de más de 310 mil películas y más de 1.5 millones de episodios de series.

El estudio también muestra que varias empresas comenzaron a diferenciar sus contenidos por tipo de usuario. Por ejemplo, el catálogo de Movistar Play, en Perú, varía de acuerdo a si el usuario tiene TV de paga o si es cliente de Internet (móvil o dúo).

El contenido original cobra más importancia. Según la consultora, el Top 3 de plataformas con contenido original se conforma por Netflix, HBO y Amazon Prime Video.

Detalla que entre los OTT de cableoperadores, Claro Colombia, de América Móvil, muestra el catálogo más nutrido de películas con seis mil 526 títulos, ligeramente superado por iTunes de Apple que, como oferta independiente, ofrece seis mil 596 títulos.

En el segmento de series, Oi Play en Brasil reporta el mayor número de series disponibles, con mil 310 títulos, entre las ofertas de cableoperadores.

De entre las ofertas de independientes, Netflix reportó mil 102 títulos de series disponibles para la región.

Netflix gana

Dentro de los hogares con internet que miran contenidos online, BB reporta que **la mayoría contrata Netflix para acceder a películas y series**, lo que demuestra porque es la empresa más grande a escala mundial de streaming de video.

A su vez, considerando todos los modelos de negocio, Netflix es también la plataforma a la cual los usuarios destinan la mayor cantidad de horas para ver contenidos. En promedio, sus clientes visualizan películas o series en aproximadamente nueve horas semanalmente, superando el

tiempo destinado a señales en la TV de paga.

Hasta 2017, Netflix exhibía la mayor participación de mercado entre servicios de suscripción VOD con 36 por ciento, seguido por Claro Video, con ocho por ciento, y Amazon Prime Video, con tres por ciento.

Teniendo en cuenta las películas más taquilleras, BB identifica que **Claro Video, iTunes y Netflix encabezan el ranking del box office**. La película que generó mayor recaudación en cines fue *Star Wars: Episode VII-The Force Awakens* por mil 70 millones de dólares, la cual ya se encuentra disponible en 23 OTTs.

Respecto a la oferta de contenido en vivo, BB señala que comienza a convertirse en una oferta más común, aunque todavía lejos de la mayoría de las plataformas. Hasta el primer trimestre de 2018, 38 por ciento de las plataformas OTT ofrecen señales en vivo dentro de su catálogo. Un año atrás, 75 OTTs ofrecían contenidos en vivo, hoy son 96.