

CAÍDA DE LA TV DE PAGO EN EEUU

En el segundo trimestre del año los principales 10 proveedores de TV de pago en EEUU registraron una pérdida neta total de más de 358,000 suscriptores. Las opciones de televisión OTT aumentaron sus clientes, pero sólo compensaron parcialmente las pérdidas de sus compañías matrices y operadores de cable.

Según el último Multiscreen de Informitv., los servicios de televisión por satélite perdieron más suscriptores que los que obtuvieron sus correspondientes alternativas en línea. Las compañías de cable redujeron ligeramente su tasa de pérdida, pero el mercado está marcado por un desgaste lento en lugar de una caída dramática.

DirecTV perdió 286.000 suscriptores de televisión satelital, en comparación con 188,000 el trimestre anterior y 156.000 en el segundo trimestre del año anterior. Dish Network perdió 192.000 suscriptores de televisión satelital frente a los 185.000 del trimestre anterior, aunque se reduce con respecto a los 196.000 clientes que perdió en el segundo trimestre del año anterior.

Por su parte, OTT DirecTV obtuvo 325.000 clientes más en el segundo trimestre. El equivalente de Dish's Sling TV agregó 41.000.

Entre los grandes operadores de cable, Comcast perdió 136,000 clientes de televisión por cable, con su quinta pérdida trimestral consecutiva, disminuyendo 410.000 en el interanual. Charter Spectrum, con una pérdida de 73,000, mejoró en comparación con una pérdida de 121,000 en el trimestre anterior y 234.000 en el segundo trimestre de 2017. Altice USA, con una pérdida de 24.000, también mejoró en comparación con los 30.000 perdidos en el trimestre anterior y los 37.000 de un año antes.

En el mundo de la televisión de telecomunicaciones, Verizon Fios perdió 37.000 clientes, pero AT & T U-Verse agregó 24.000.