

Precio de plataformas digitales sube 27% en 5 años y eleva importancia en gasto de hogares

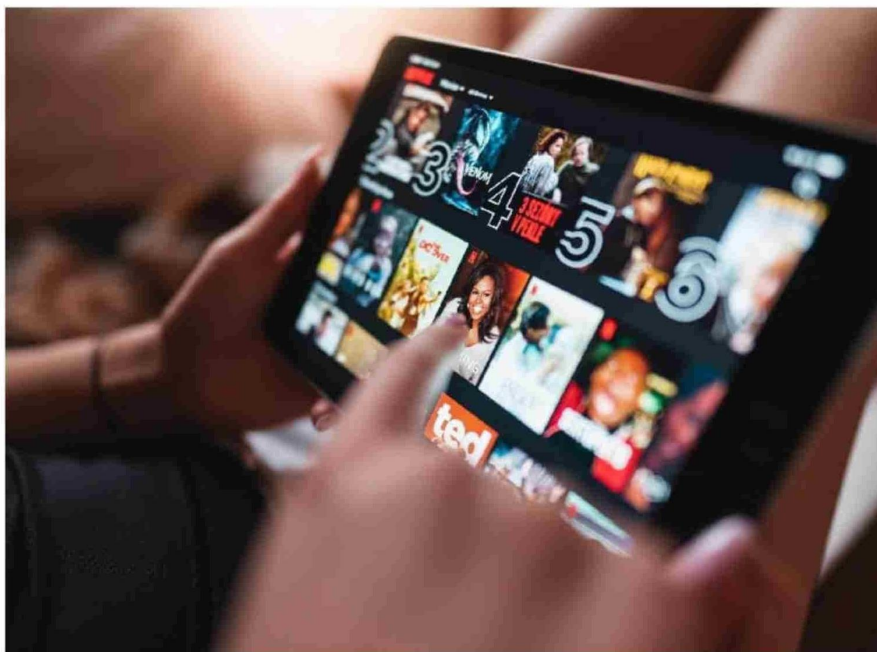
Las plataformas de *streaming* han ido ganando terreno en el consumo de las familias. Y, por lo mismo, se incorporaron en la medición de la inflación a partir de enero 2019 con la actualización de la canasta de IPC de 2018 bajo la categoría “servicios de suscripción en línea”. Por lo mismo, el Observatorio Económico y Social (OES) de la Universidad de La Frontera (UFRO) realizó un análisis de cómo ha ido creciendo su importancia en el consumo de los hogares.

Para la actualización 2023 de la canasta del IPC, que rige hoy, se cambió la denominación del producto a “suscripción a contenidos audiovisuales” y fueron ganando peso en la canasta de precios. Si en 2018, era apenas 0,0287%, reflejando que los hogares chilenos destinaban en promedio una bajísima proporción de su gasto mensual a este tipo de productos en 2023, la ponderación de la suscripción a contenidos audiovisuales en la canasta del IPC llegaba al 0,72985%. Así, en 5 años el gasto promedio que los hogares destinaban a este servicio se había multiplicado por 25 veces.

El aumento en los hábitos de consumo y su creciente demanda se hicieron sentir en los precios desde su incorporación a la canasta del IPC. El servicio de suscripción en línea debutó su primer año, 2019, con un alza anual de 7,5% muy superior al IPC general de 3,0%.

Para 2020 siguió la tendencia y cerró diciembre con una fuerte alza acumulada de 9,4% en el precio del servicio, más que triplicando a la inflación (3,0%). Así, en sus primeros cinco años, el servicio registró un alza de 27,1% en su precio. Y sólo en 2024 registraron la mayor alza desde su medición en la inflación, acumulando a diciembre un potente aumento de 12,7% muy por sobre el IPC general de 4,5%.

Según este análisis, este 2025 los precios de suscripción a contenidos audiovisuales han seguido en ascenso, y en los primeros 3 meses



del año ya acumulan un alza de 3,8% superando al IPC que anota un acumulado de 2,0%.

Las suscripciones a contenidos audiovisuales son un servicio que permite acceder a contenidos como películas, series, documentales, musicales, y más, a cambio de un pago. Ejemplos: Netflix, Spotify, Amazon Prime Video, HBO, Disney +, Mubi, Max, Universal +, entre otras. Patricio Ramírez, Coordinador Observatorio Económico Social UFRO, explica que “la generación continua de contenido de calidad para los suscriptores requiere de costos de producción, recursos humanos, tecnología, creación, y otros que se han aumentado por la mayor demanda de estos, por factores como la inflación y otros propios de la industria”. Además, menciona que “la mayor demanda de servicios de *streaming* y exigencias de calidad de los

clientes presionan también los precios al alza”. Marcelo Ferrari, decano de la Facultad de Comunicaciones de Universidad UNIACC, argumenta que han ido ganando presencia y masividad por varias razones. Una de ellas es “la posibilidad de decidir cuándo y cómo consumir contenidos: películas, series, documentales. Puedes elegir el momento, la frecuencia y la intensidad del visionado. Eso ha sido determinante en el crecimiento de estas plataformas”.

El economista añade que “este fenómeno también ha generado un campo de formación nuevo. Las nuevas generaciones están aprendiendo a crear contenidos de valor, modelos de negocio, productos cinematográficos y documentales diseñados para plataformas, no solo para salas o festivales”.