

# Contenidos en Internet y su impacto en la TV



# Agenda

- La evolución de la TV
- Los contenidos en la era de Internet
- La TV IP en la oferta de las telcos

# La evolución de la TV

# TV = Santo Grial

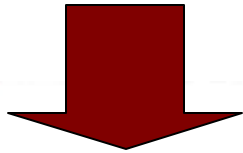


- Poderes curativos y regenerativos para empresas que buscan mantener o recuperar el crecimiento perdido
- Los Lanzarote y los Percival son las empresas telefónicas, ISP y operadores celulares

# La TV congrega a diversos actores

- TV abierta tradicional
  - TV por cable
  - TV satelital
  - TV IP (TV por ADSL)
  - TV por celular
- 
- ...TV por Internet

## TV abierta



- Apuesta a la digitalización
  - más canales
  - mejor imagen y sonido
  - nuevos servicios
  - interactividad
- Más fuerza frente a las opciones pagas (cable, satélite y... TV IP)

## TV por cable

- Domina el mercado argentino de TV paga
  - 52% de los hogares
  - mitad superior de la pirámide
- Ya tiene los acuerdos con los productores de contenidos
- Goza del crecimiento de la banda ancha a través del cabledemodem  
→ permite fidelizar

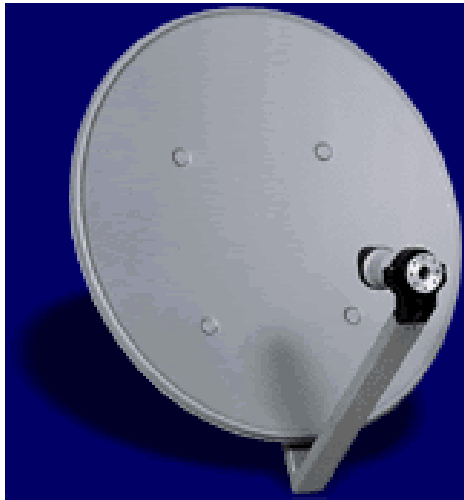


## TV por cable



- Analógica → impacto de la clandestinidad, tanto para paquetes básicos como premium
- En proceso de migración hacia la digitalización
  - lucha contra la clandestinidad
  - defensa contra eventual oferta de telefónicas (+ canales, mayor calidad, nuevos servicios)

# TV satelital



- Tuvo su momento de gloria introduciendo los beneficios de la TV digital
  - mejor calidad de imagen y sonido
  - mayor amplitud de canales
  - mayor “capilaridad”
- Amenazada por las limitaciones de interactividad

# TV móvil



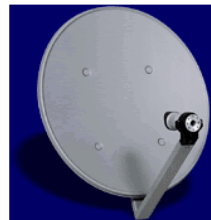
- Modelo no desarrollado
- Exige formatos propios del medio, diferentes a la TV tradicional
  - contenidos breves
  - planos cortos (falta de *real estate* en la pantalla)
- Es un complemento más que un sustituto

## TV IP (por ADSL)



- Mayor capilaridad que cable
- Limitaciones regulatorias
- Upgrade masivo de la red
- Promueve la adopción de banda ancha
- Mejor integración con otros servicios (ej: caller ID en TV)
- Sustituto de TV satelital o cable digital → básicamente el mismo producto para el usuario

# La digitalización reduce la diferenciación



# Los contenidos en la era de Internet

# Contenidos independientes de la red

- Internet disocia a la red de los servicios
  - Mail → webmail (Hotmail / Gmail)
  - Voz → Skype / Messenger / VoB
  - Video → YouTube / Soapbox



# Contenidos independientes de la red

- Telefonía → VoIP o VoB
  - 1,7 millones de personas que usan Skype o Messenger para comunicaciones de voz
  - 400.000 lo hacen regularmente
- TV → streaming o descarga de videos
  - 1,4 millones de personas descargan videos
  - Más de 400.000 lo bajan a un DVD
  - 1,5 millones ven videos online



# Contenidos independientes de la red

- Grandes productores hacen sus experiencias en Internet
  - Disney, CBS, ABC y otros están en proceso de “colgar” algunos contenidos en Internet en forma abierta → financiados con publicidad
  - Tiendas de contenidos (iTunes) para música, películas, series, clips



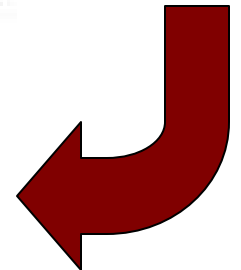
# Internet, la nueva plataforma para TV



# Internet, la nueva plataforma para TV



Click  
derecho en  
control  
remoto



# TV IP vs. TV por Internet

## TV IP

- Red cerrada
- Controlado por operador
- Upgrade masivo de la red
- Acotado geográficamente
- Experiencia similar a lo existente para el usuario

## TV por Internet

- Abierta a todos los productores
- Directo al consumidor
- Independiente del operador
- Integración con Internet
- Alcance global
- Más control para el usuario

# La TV IP en la oferta de las telcos

## TV IP en la era de Internet

- La industria de las telecomunicaciones tiende a sobreexcitarse con promesas
  - despliegue de fibra óptica a fines de los 90
  - inversiones en licencias 3G en el 2000
- ¿TV IP (triple play) será tan atractivo como creen o será una nueva frustración?

## TV IP en la era de Internet

- Poco éxito de los modelos cerrados de pago por uso (walled garden) frente a la apertura de Internet
- Contenidos generados por el aporte de muchos
- Fin del modelo de masas (broadcasting) → intereses hipersegmentados (narrowcasting)
- Las nuevas generaciones consumen los contenidos de otra forma

## IP TV en Argentina

- Se suman comensales a comer una torta que no se agranda en consecuencia
- La existencia de actores establecidos en el mercado de TV paga dificultará la penetración del servicio



# TV IP en la oferta de las telcos

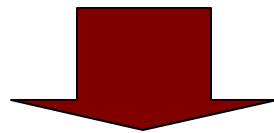
- Amenazas
  - Fuerte competencia de otras propuestas de TV paga
  - Dificultades para lograr diferenciación
  - Costos crecientes en infraestructura
  - Se suman los costos por contenidos
  - Distracción de habilidades esenciales alrededor de la transmisión de voz, datos y video

# TV IP en la oferta de las telcos

- Oportunidades
  - Se trata de vender banda ancha más que TV
  - TV es una de las varias aplicaciones monetizables a ofrecer vía banda ancha
  - TV IP no es la salvación, pero puede ser un servicio significativo
  - Puede ser la plataforma para llevar Internet a los hogares no informatizados

## Resumiendo

- La TV IP no será un servicio revolucionario
- La competencia será mayormente por precio
- Podrá ser un elemento adicional y fidelizador de la oferta
- Deberá complementarse con Internet para adaptarse a la evolución del consumo de contenidos en video



Predecir la evolución de la tecnología es fácil, hacerlo con los usos que de ésta se hagan, no lo es

[www.carrieryasoc.com](http://www.carrieryasoc.com)