



“OK Google”
¿Hacia dónde avanza la industria
del entretenimiento?



Octa play 2022

Telefonía
Pen 48,13%

01

TV Paga
Pen total 75%

02

Internet
Pen 65%

03

Telefonía Móvil
Pen 120%

04

05

OTT Pen 88% hog
c/internet

06

Música Pen 76% hog
c/internet

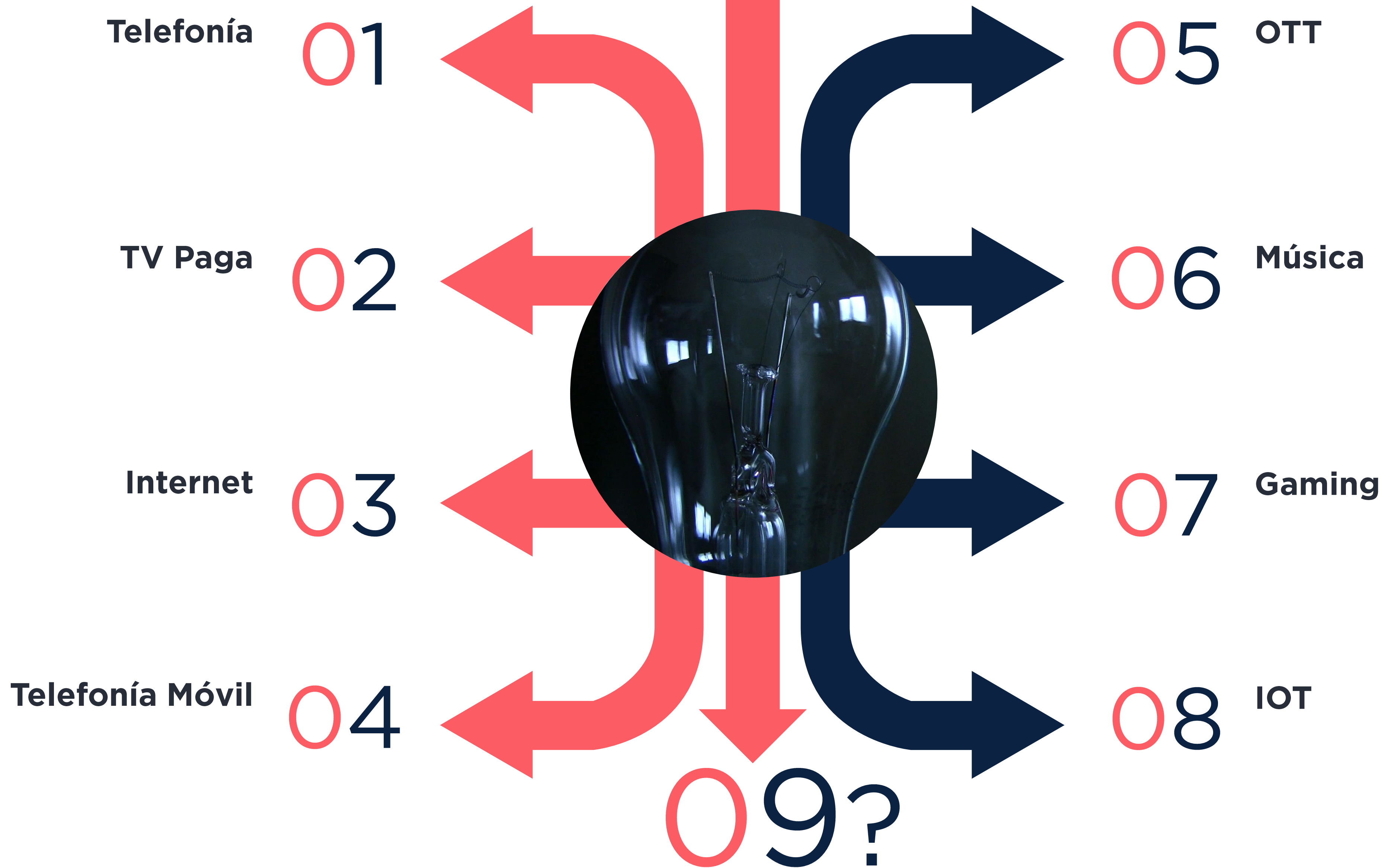
07

Gaming
Pen 64,56%

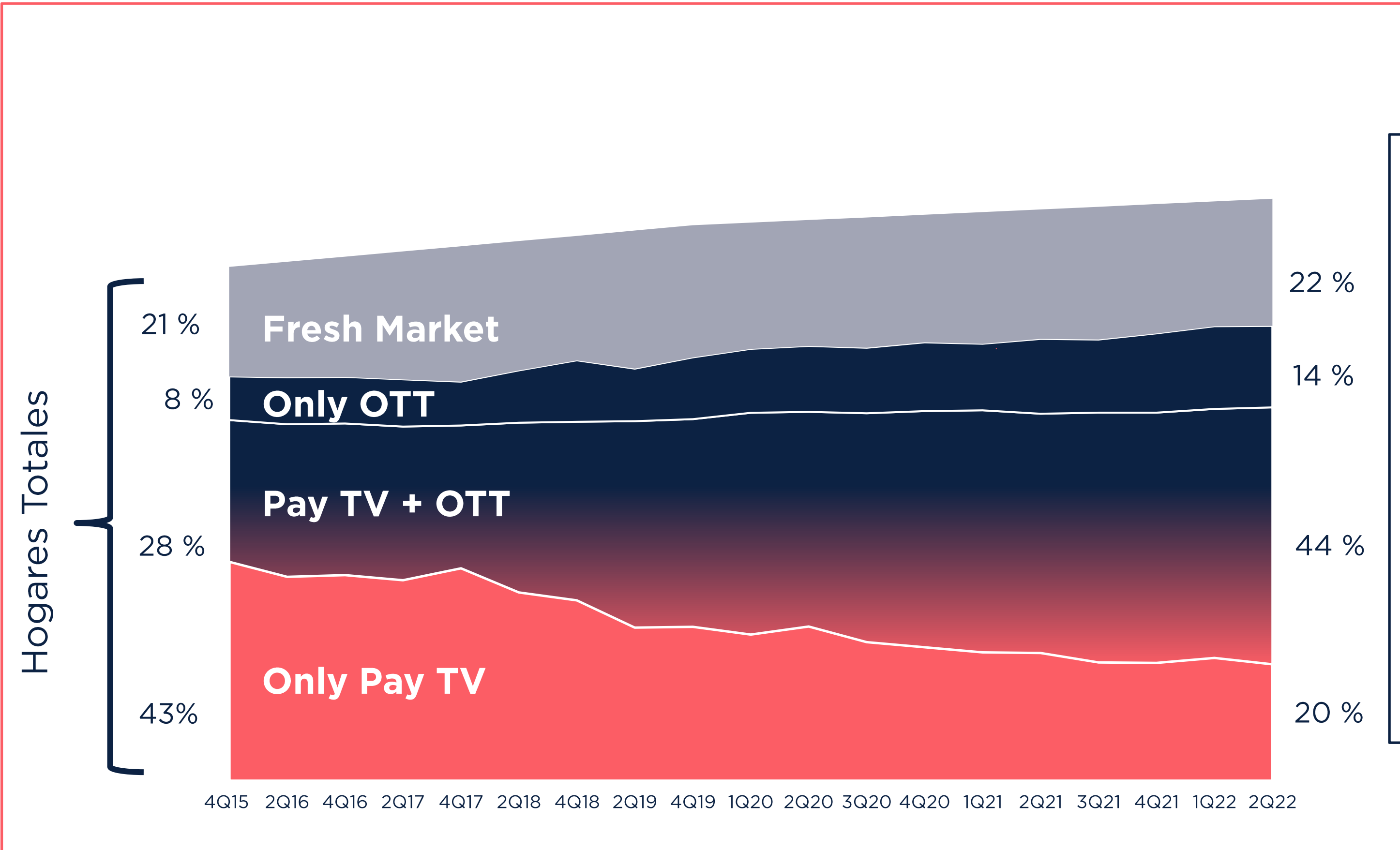
08

IOT
Pen 51%

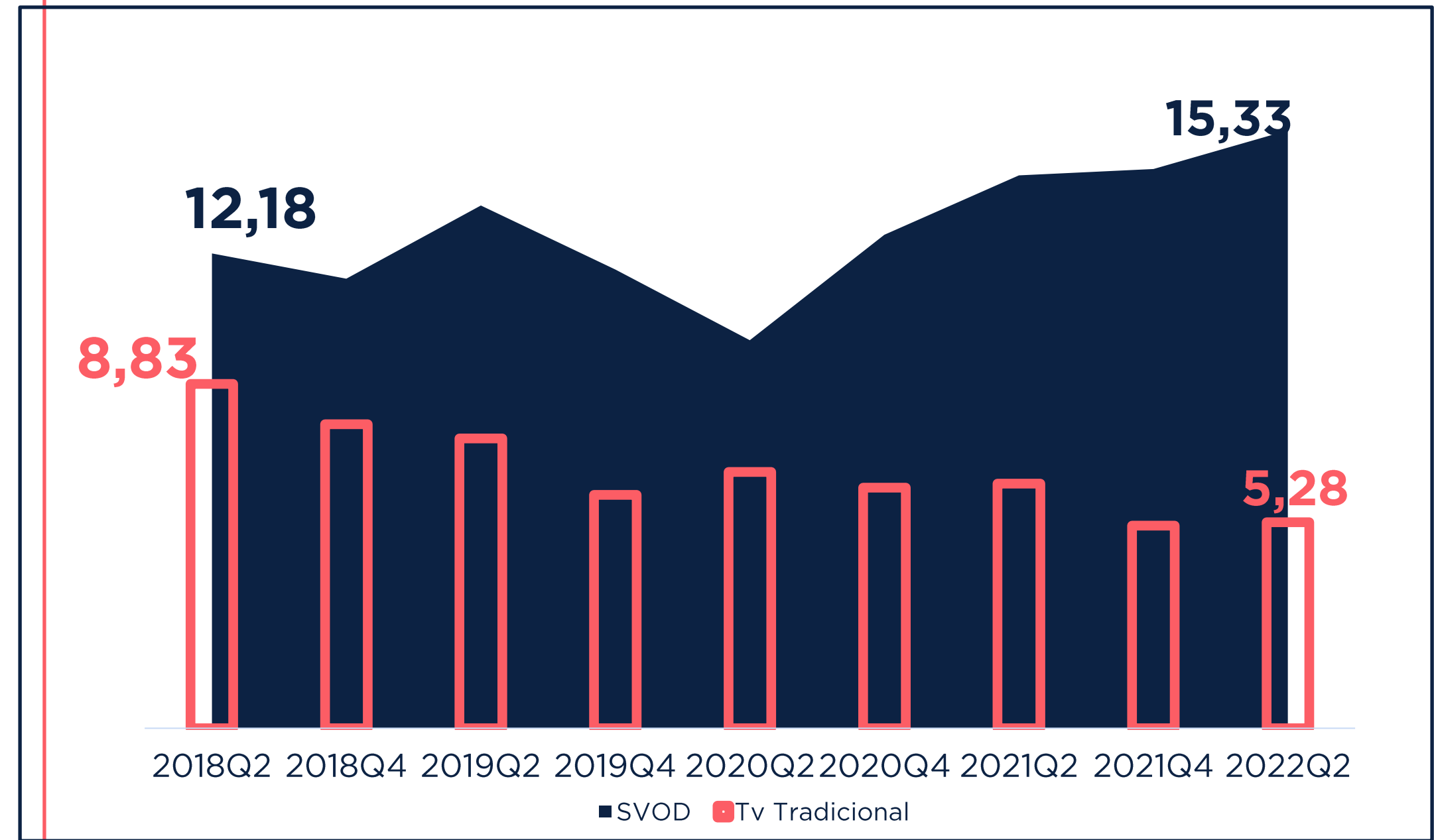




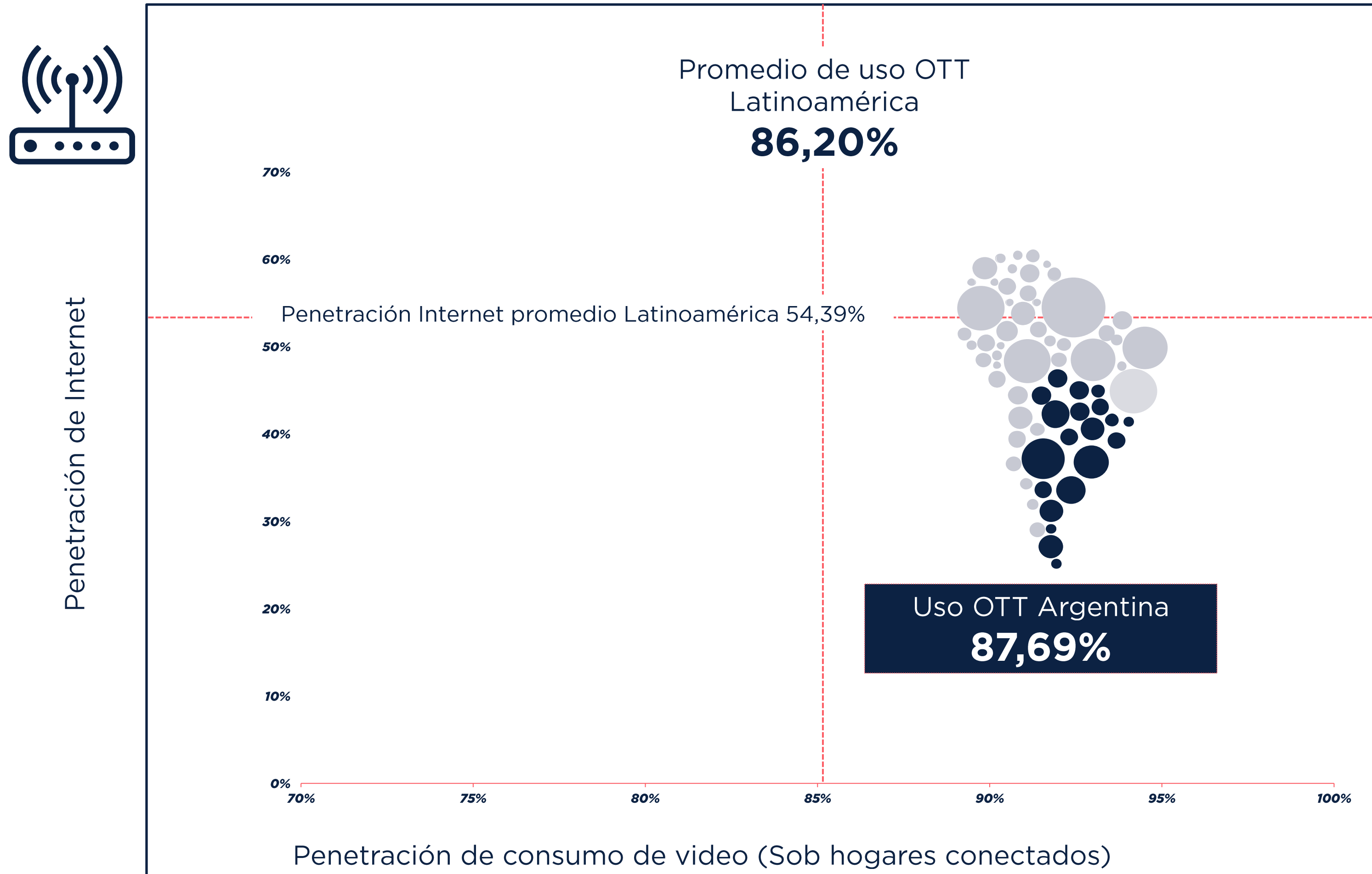
Relación entre OTT y TV Paga en Argentina



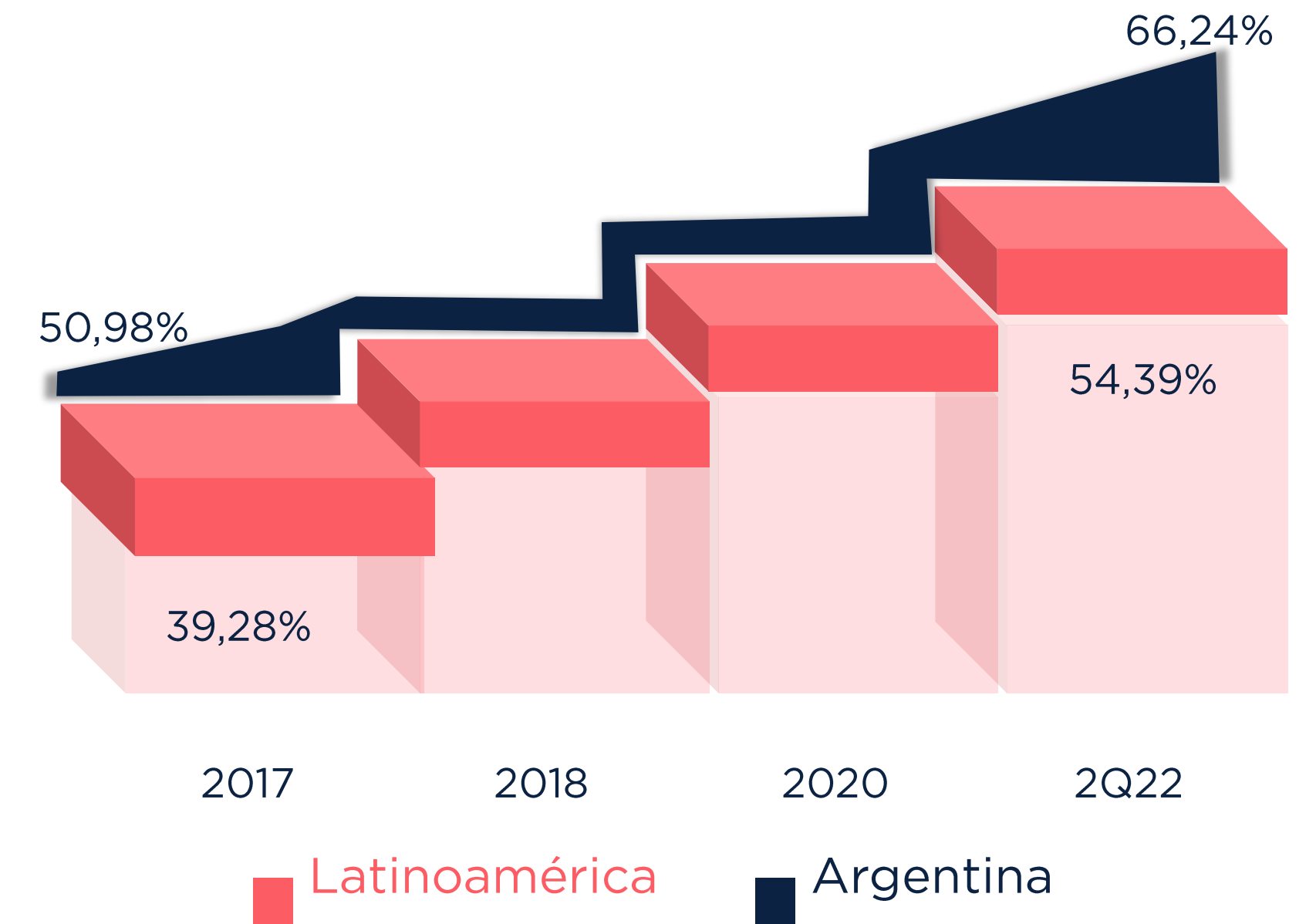
Horas de visualización en Argentina



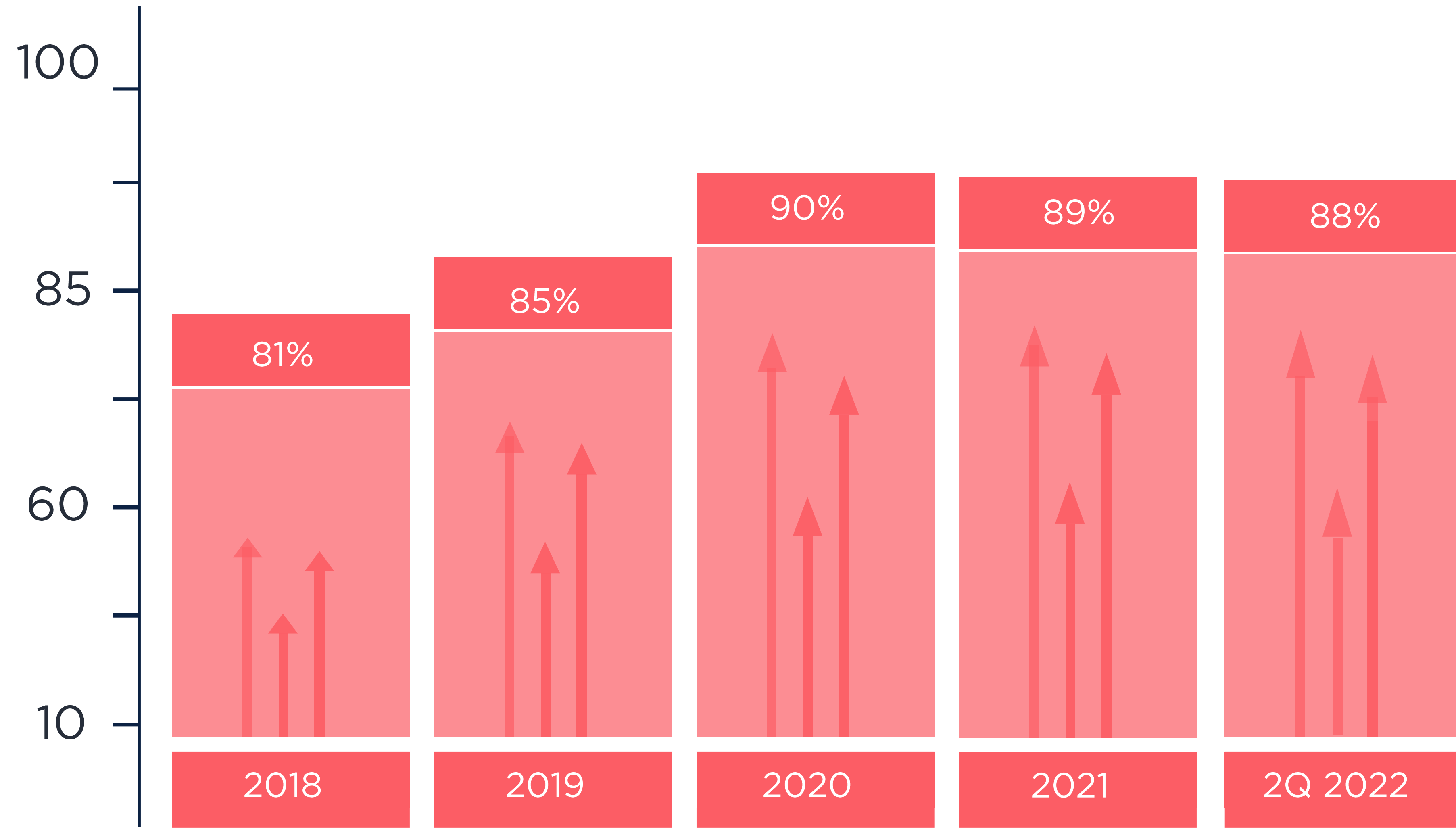
Penetración del consumo de vídeo en Argentina



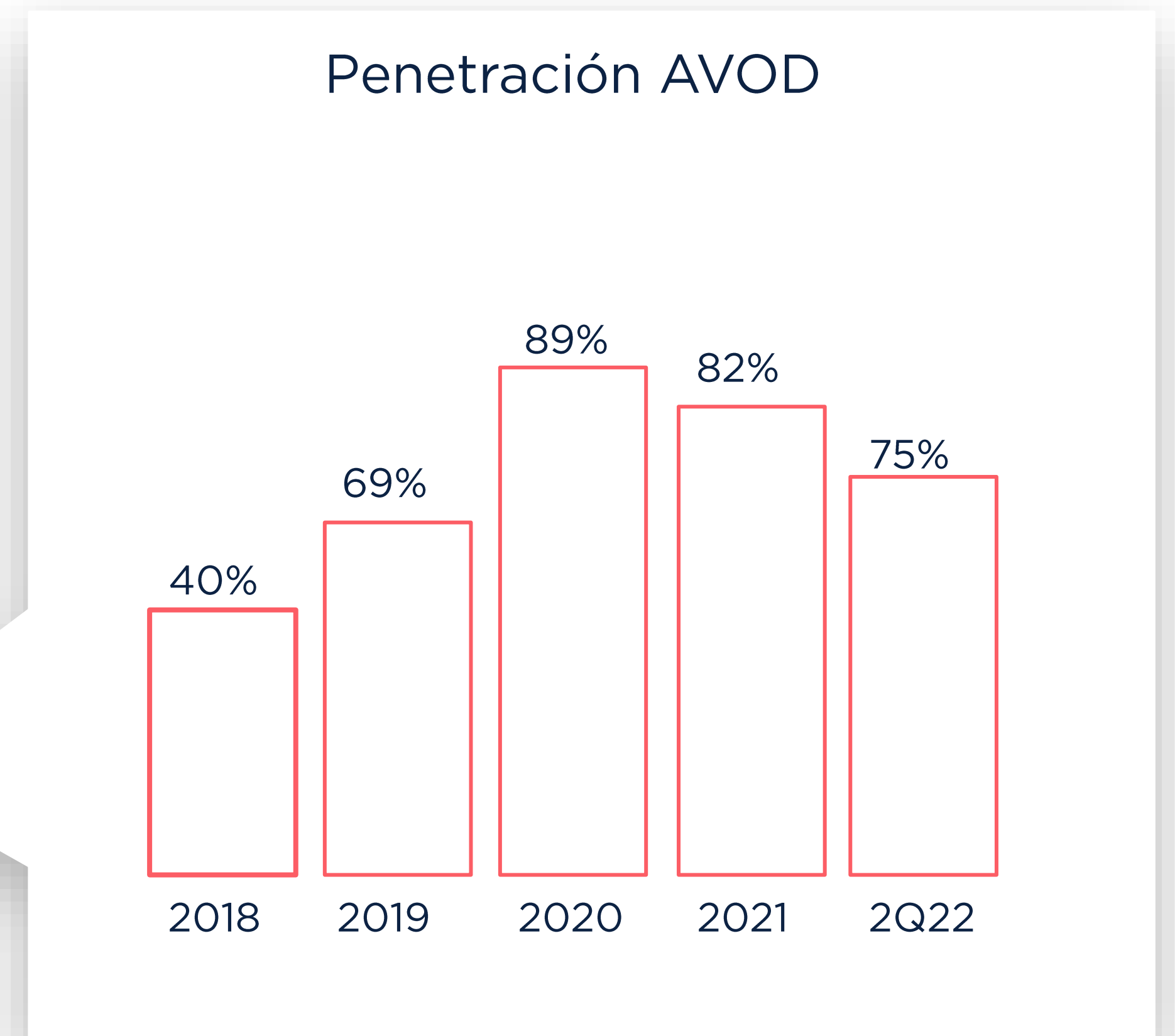
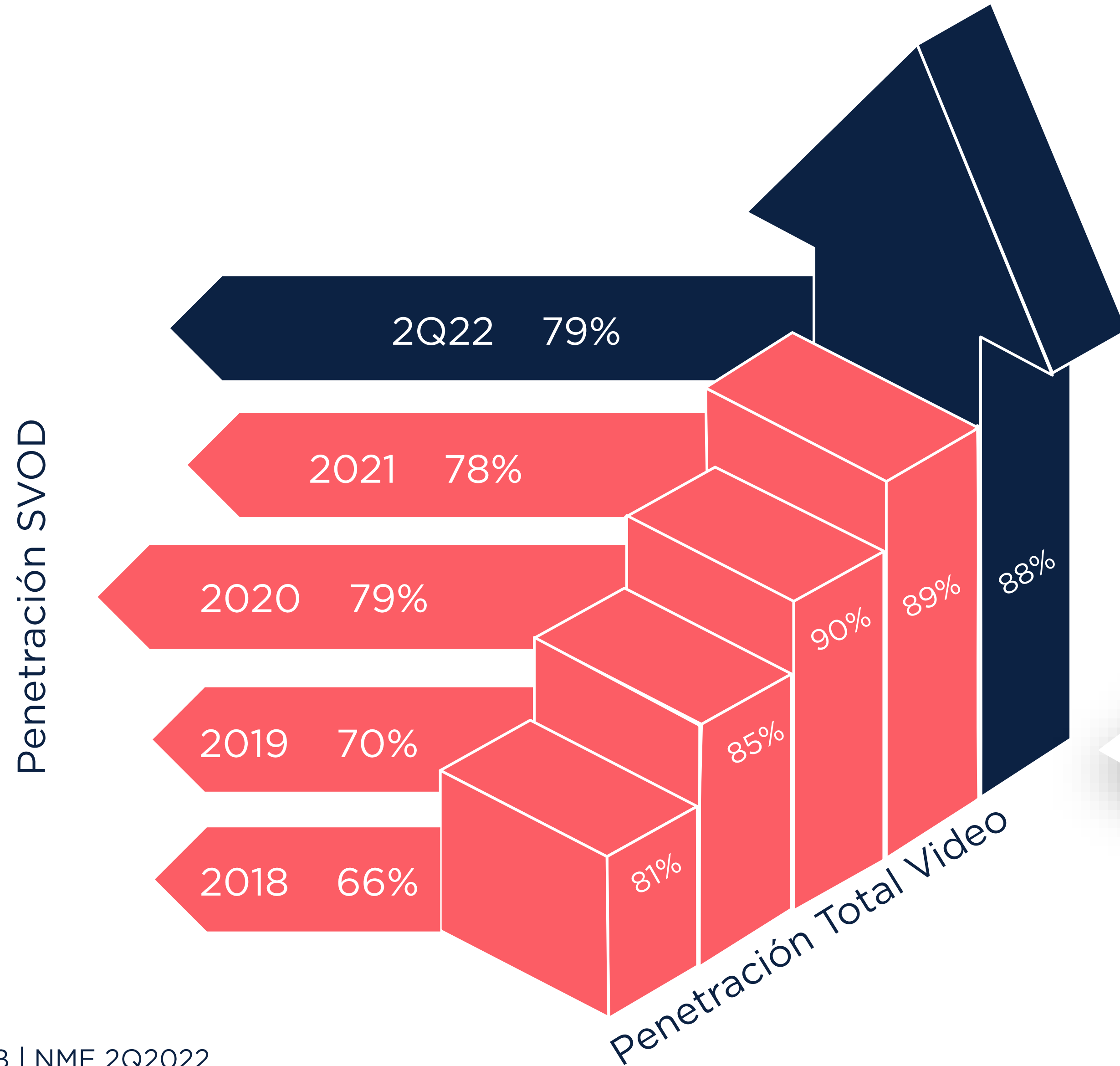
Evolución de la penetración de banda ancha en Argentina y Latinoamérica



Penetración de consumo de contenido online en Argentina (Sob hogares conectados)

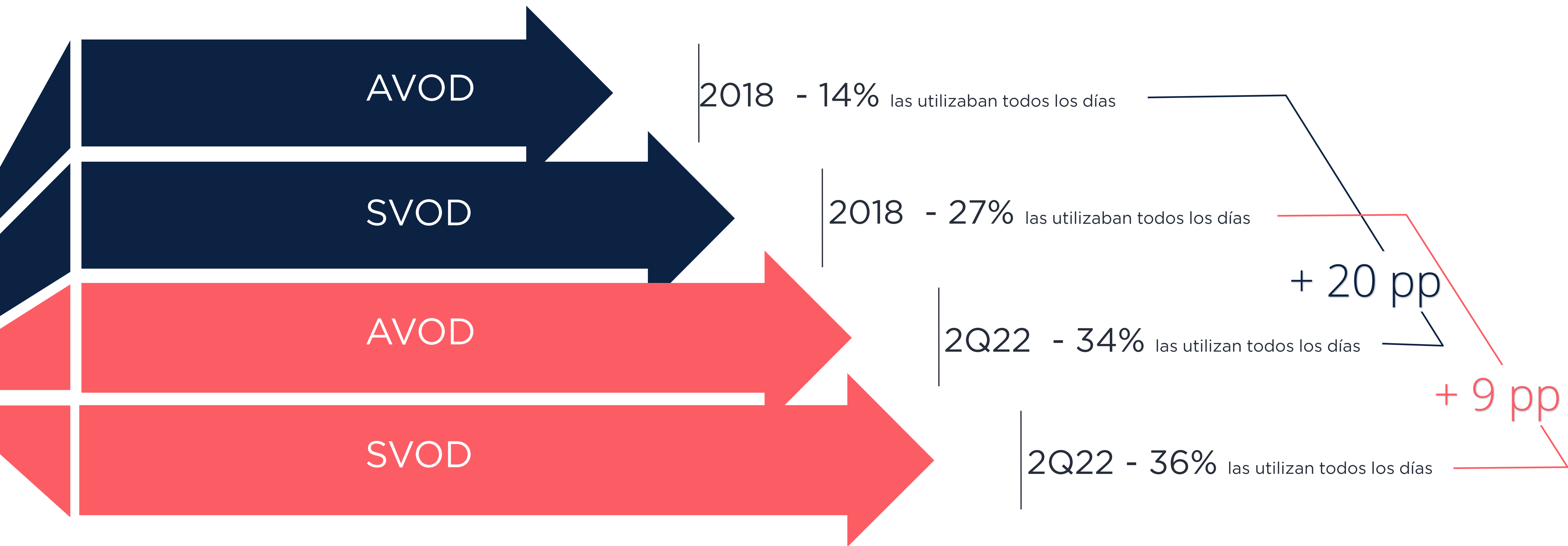


Evolución de la penetración por modelo de negocio en Argentina



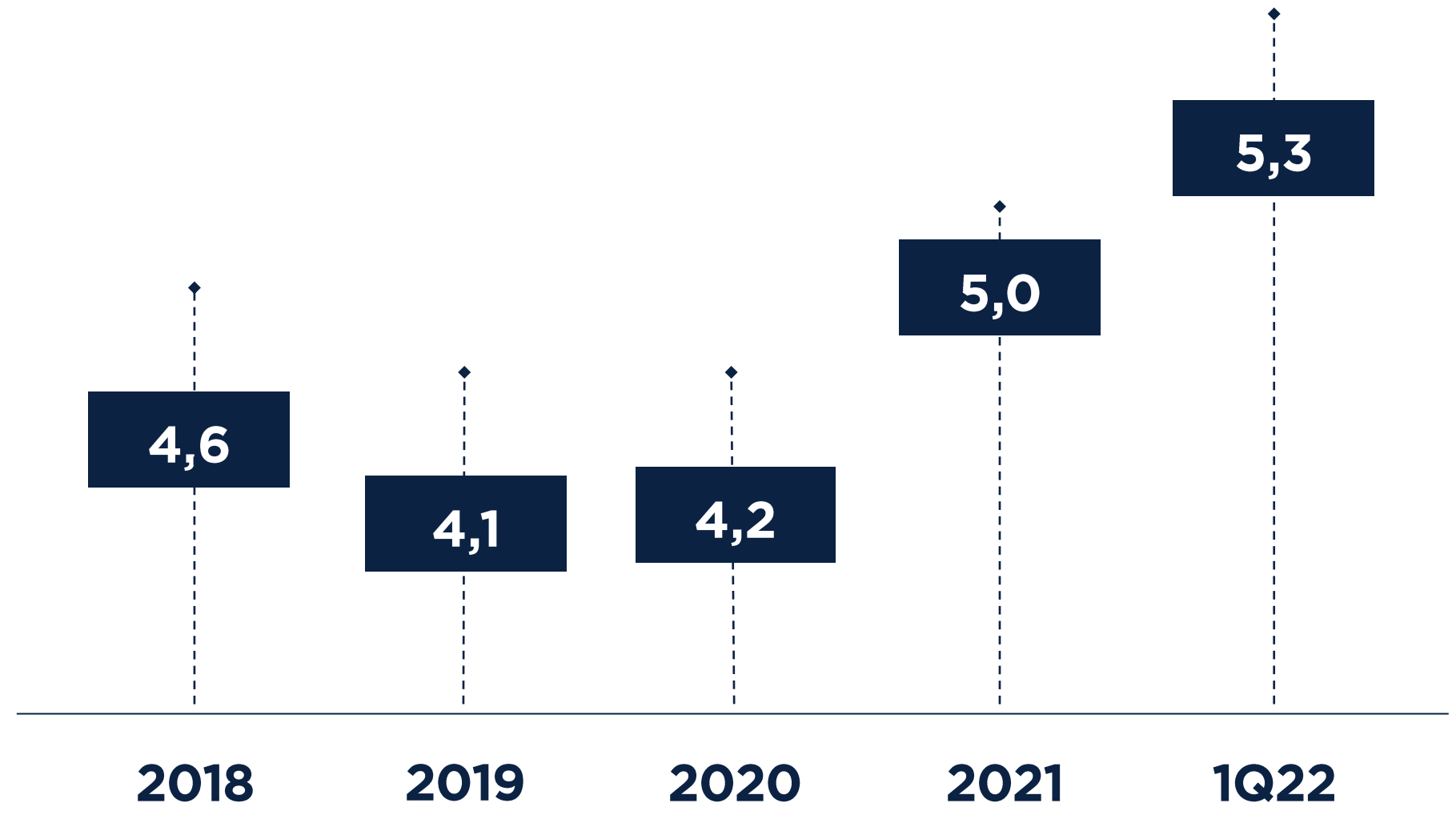


Uso diario por modelo de negocio en Argentina

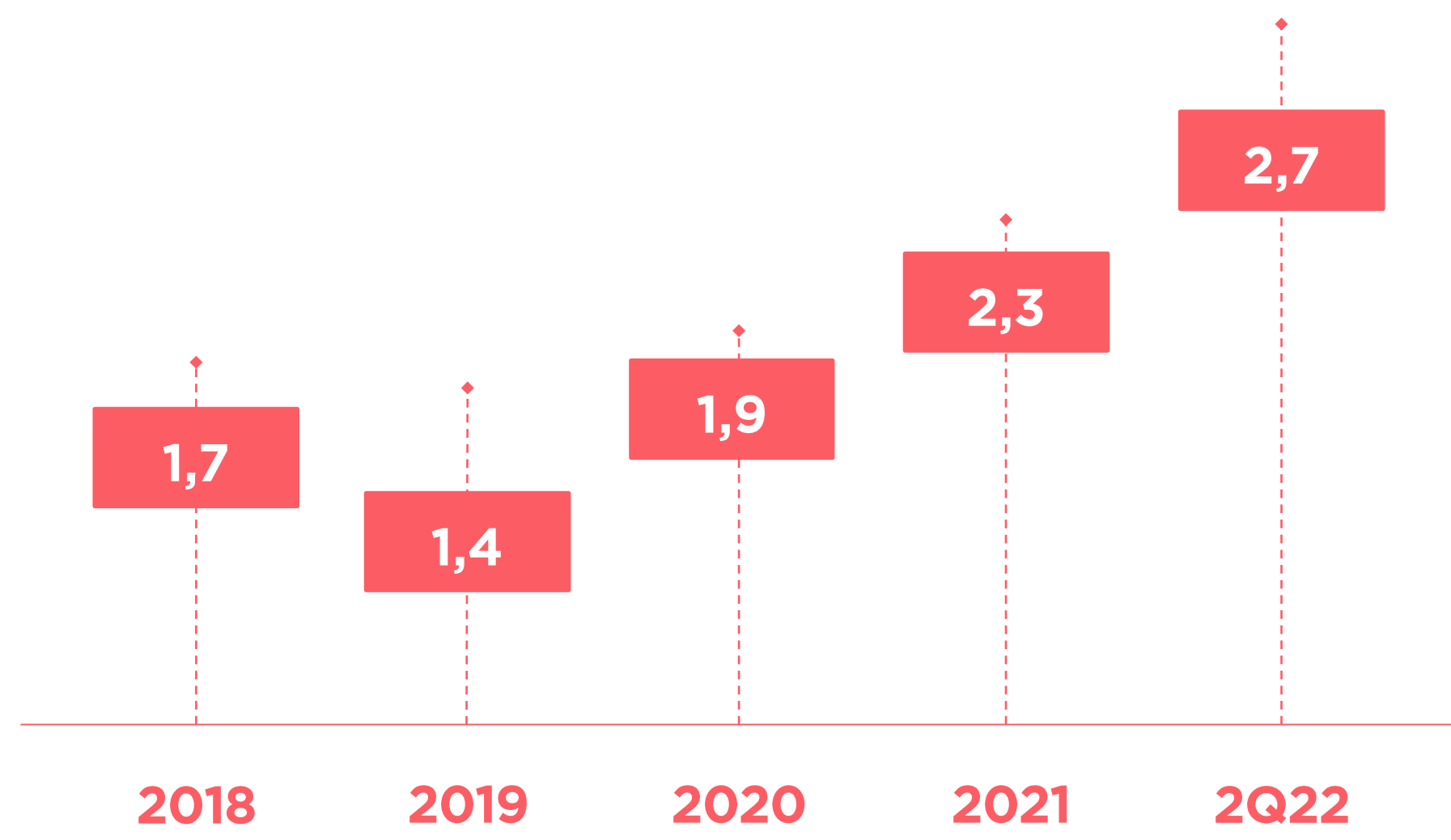


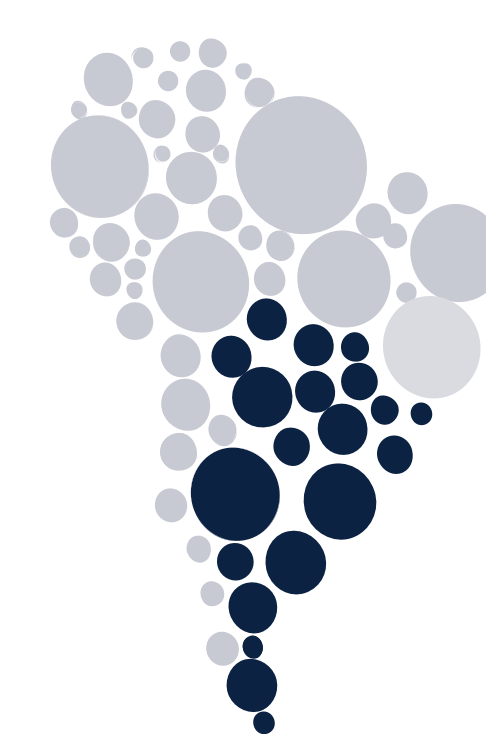
Plataformas por hogar

01

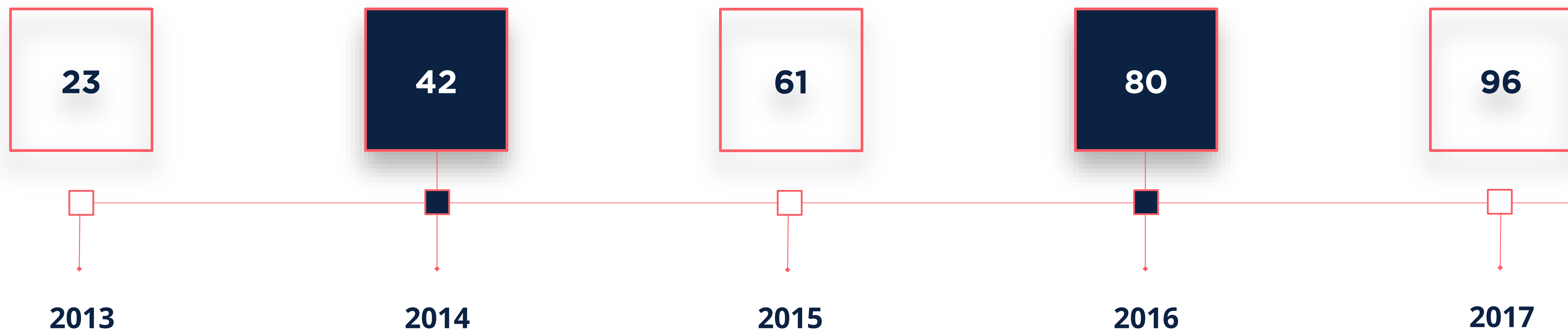


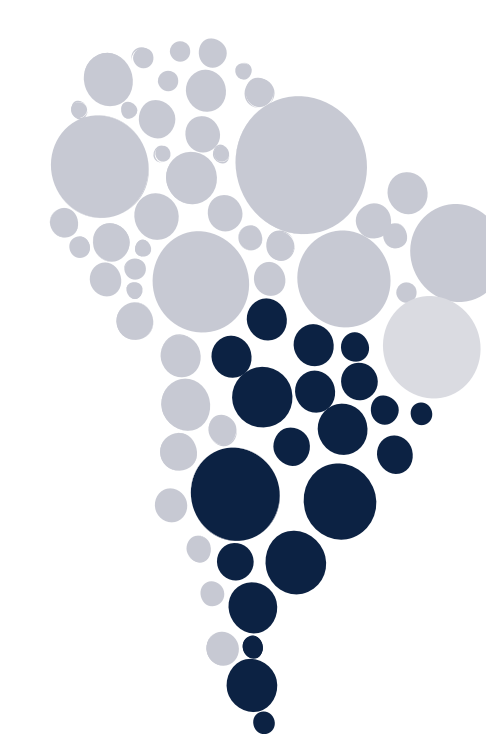
02



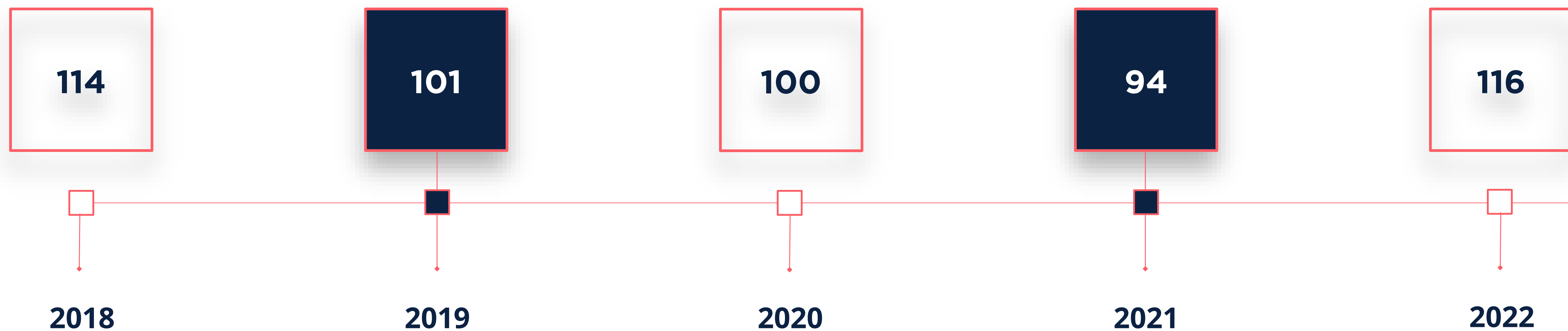


Plataformas relevadas en Argentina



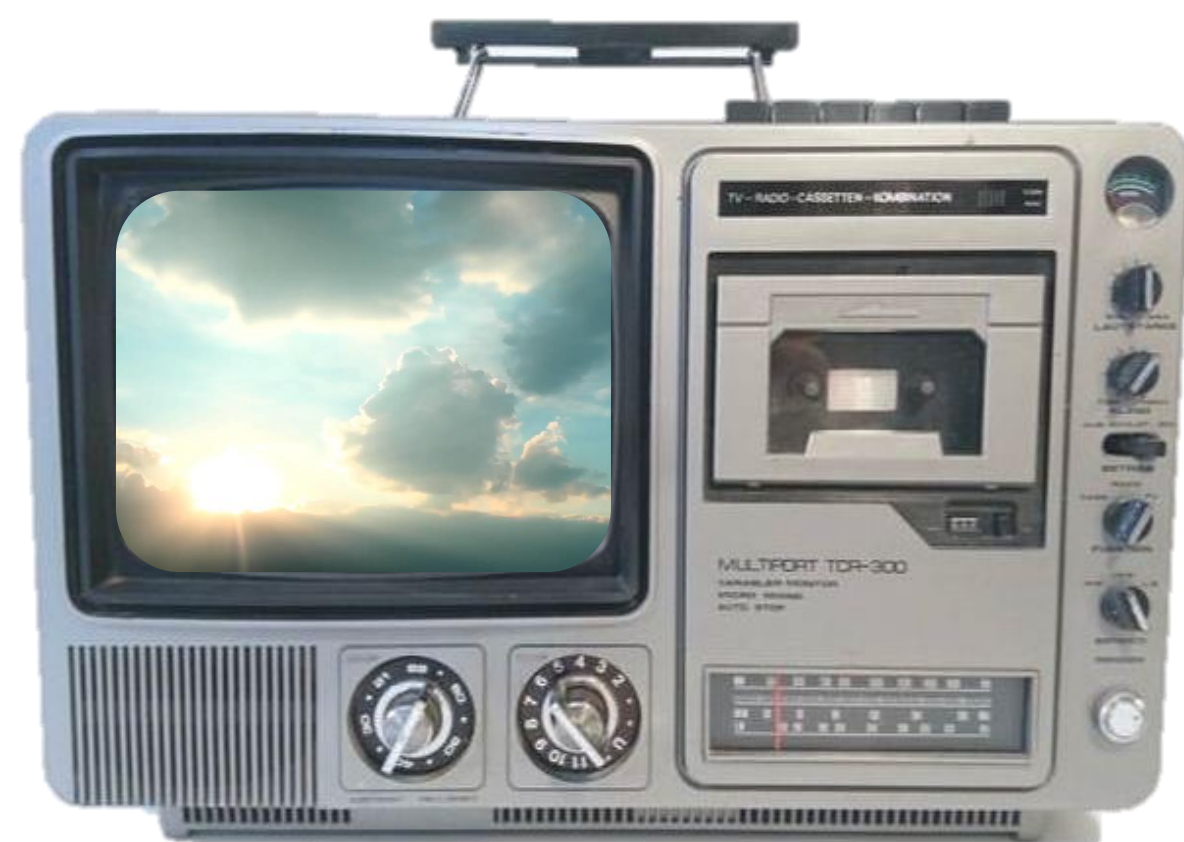


Plataformas relevadas en Argentina

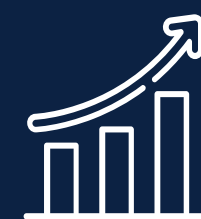




Nuevos desafíos del consumo de contenidos



1 Retorno a las actividades
Menor tiempo en el hogar + otras actividades + gastos



2 Incremento de la oferta
AVOD + Nuevos lanzamientos + Fast Channels



3 Penetración llegando al techo de la banda ancha fija



4 Account Sharing
Compartir las contraseñas



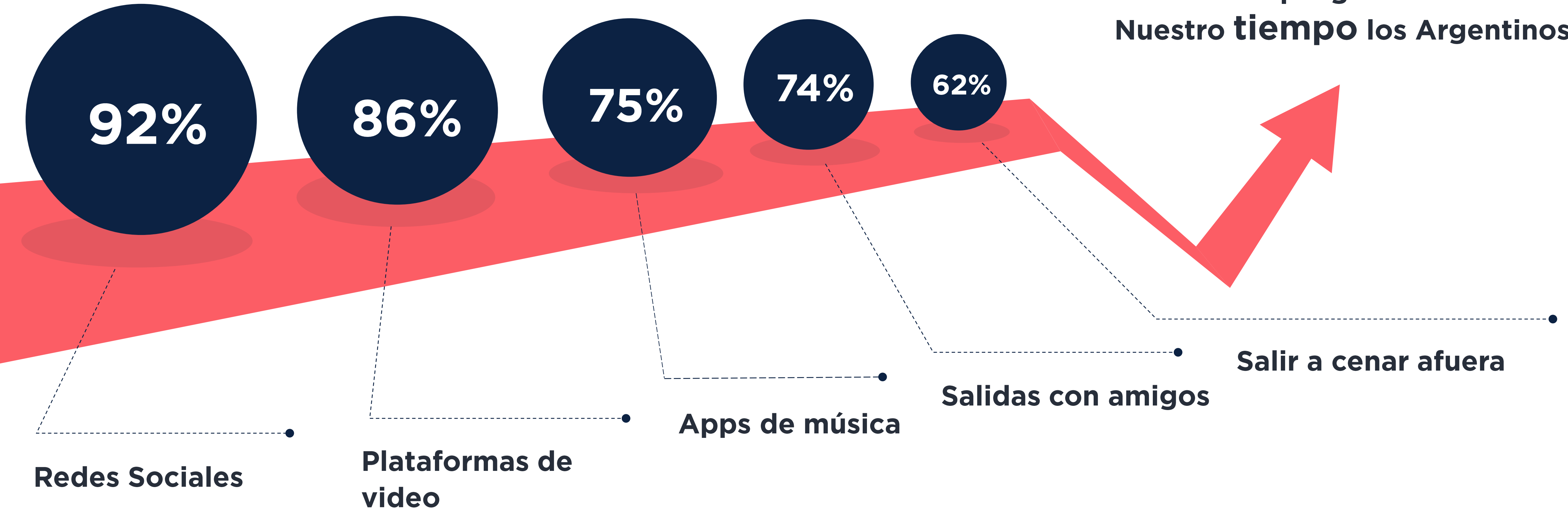
5 Inflación en la Región
+ Devaluación de algunas monedas



6 Piratería

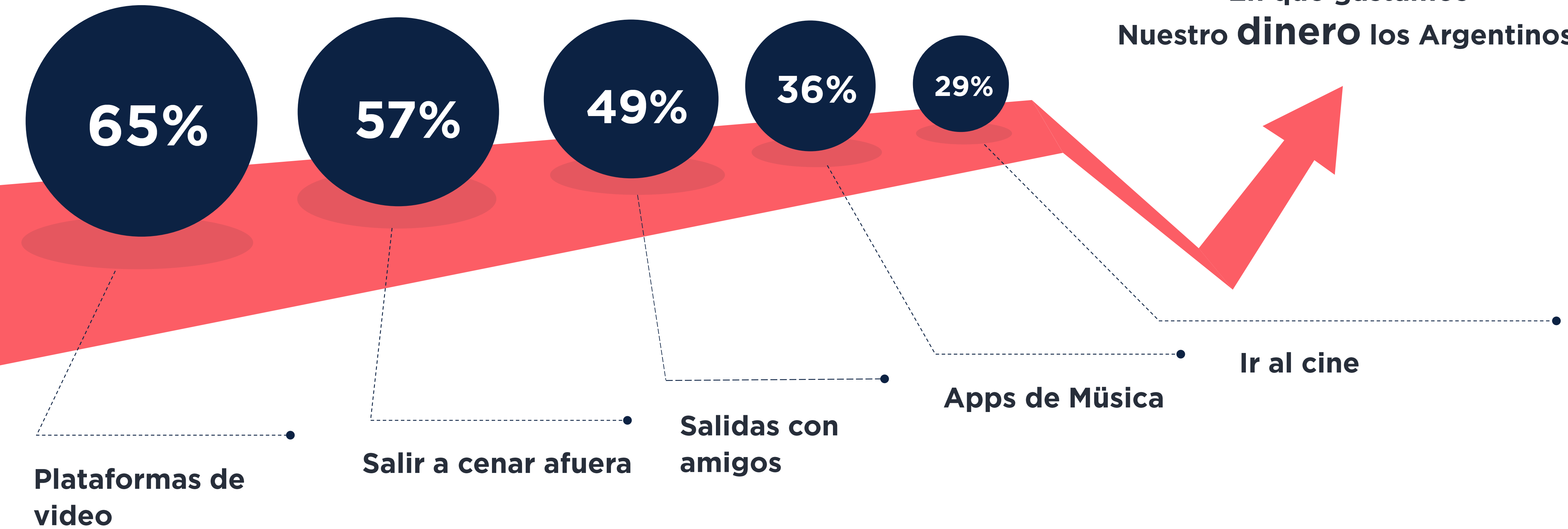
Tiempo y dinero, múltiples competidores

En que gastamos
Nuestro tiempo los Argentinos?



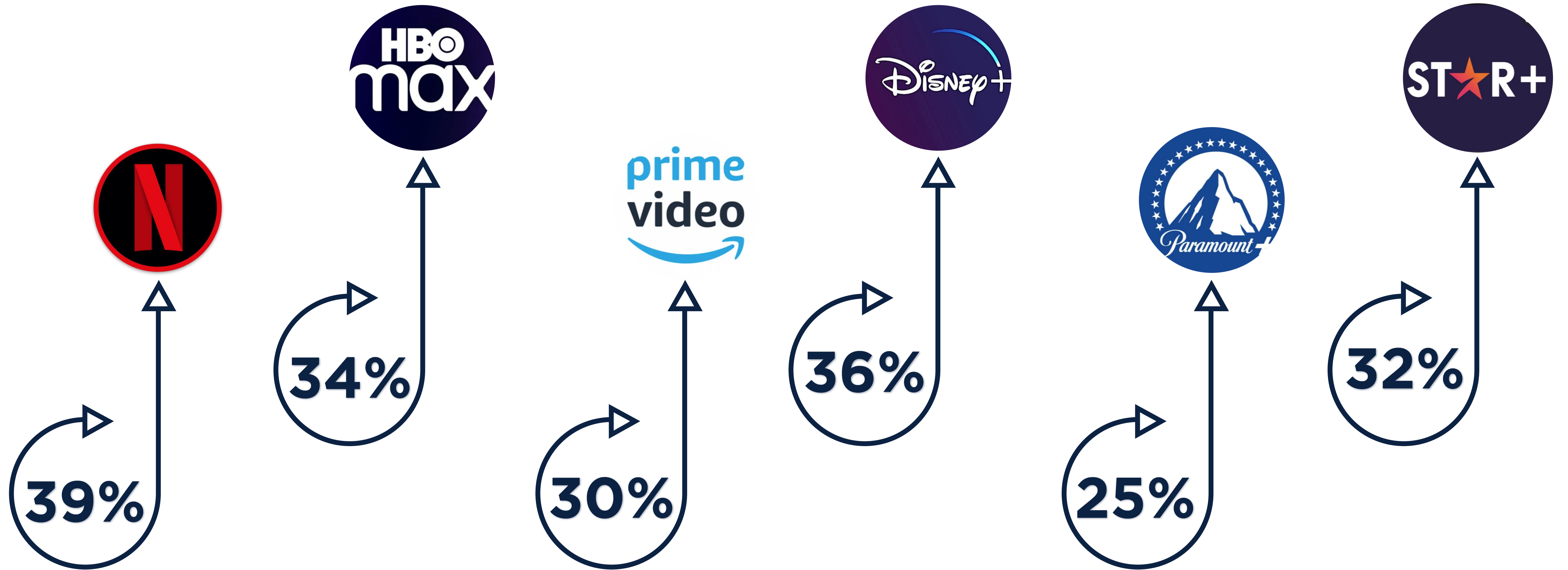
Tiempo y dinero, múltiples competidores

En que gastamos
Nuestro **dinero** los Argentinos?



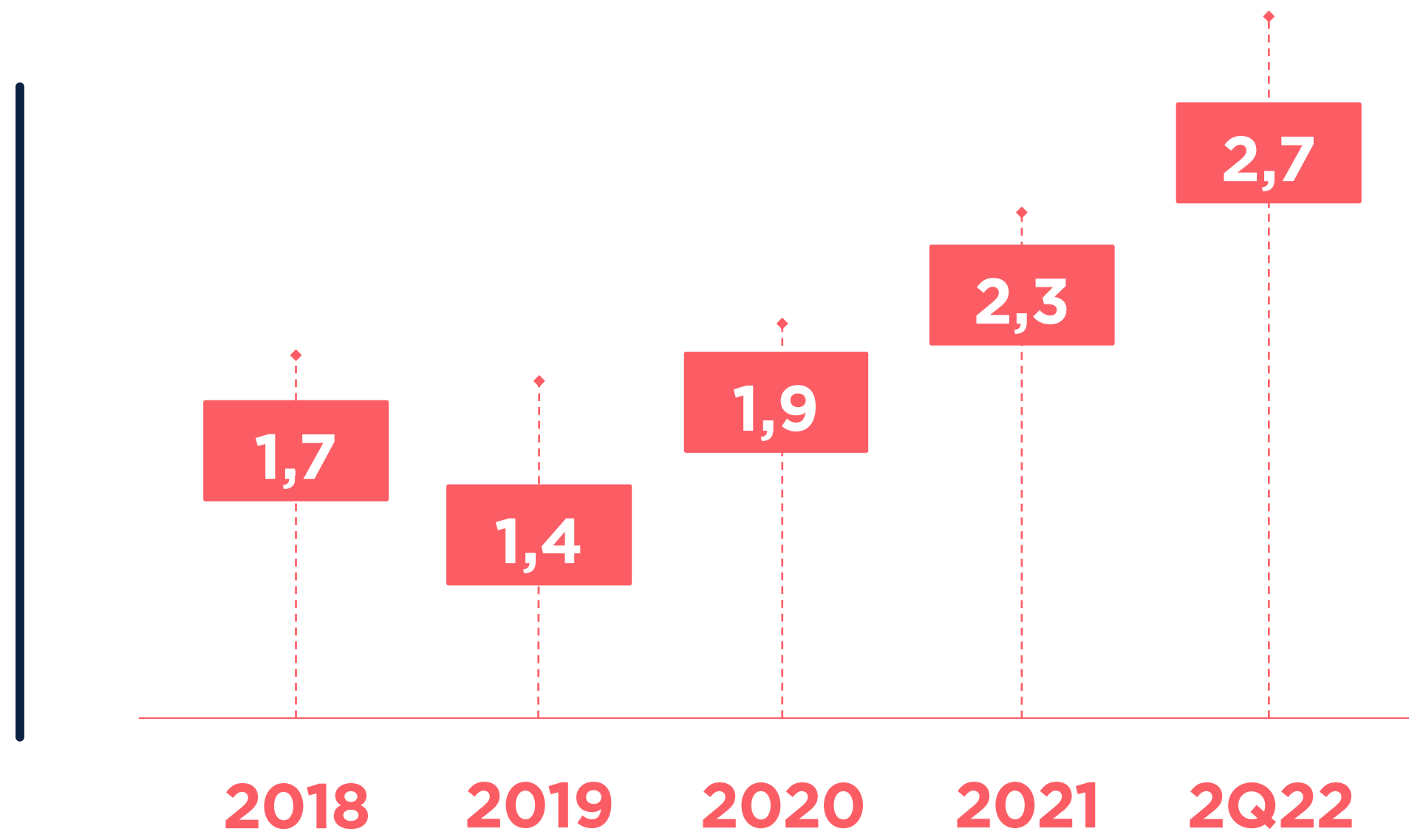


Account Sharing por Plataforma Latinoamérica



Mas plataformas no siempre son más revenues

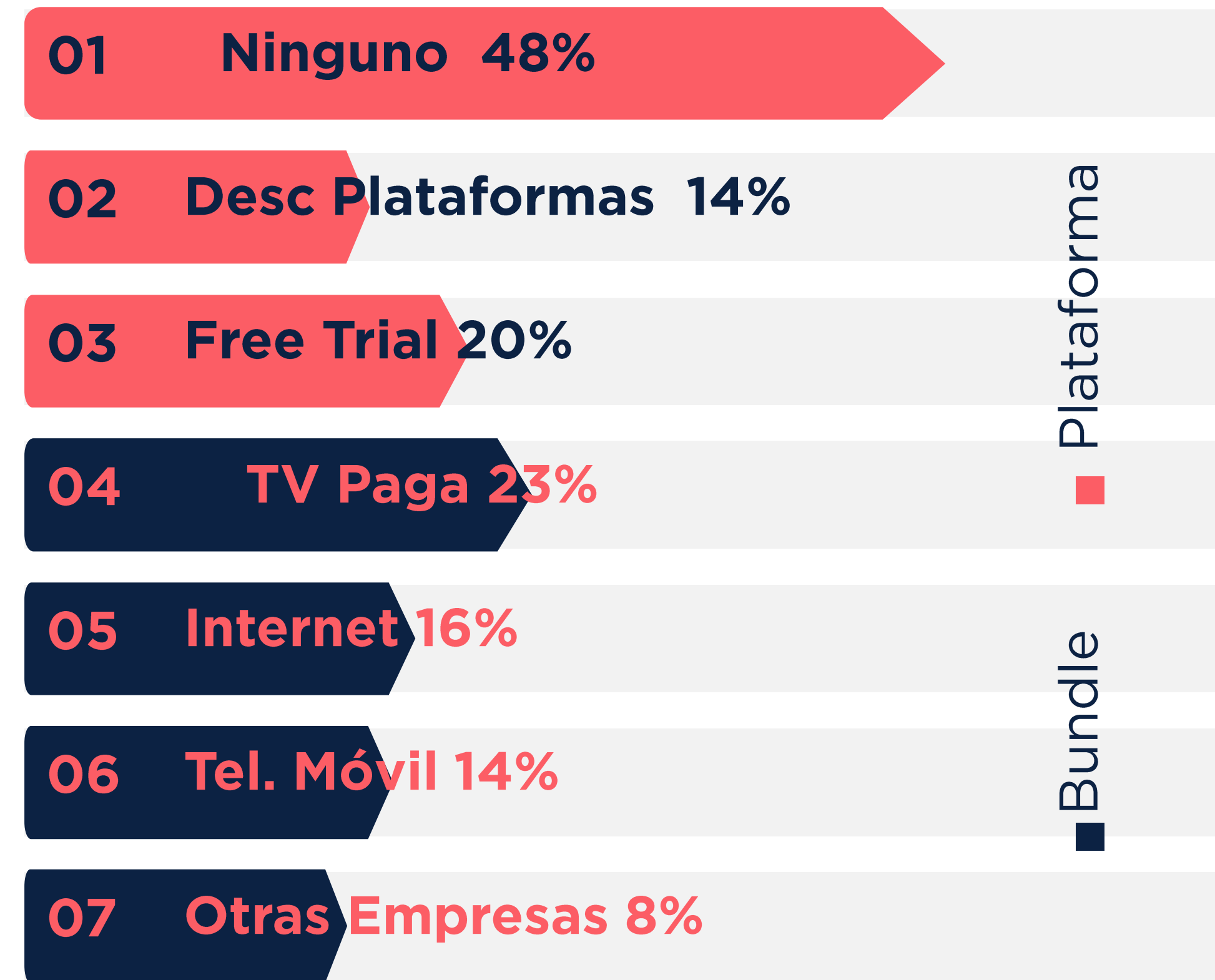
OTT SVOD promedio por hogar Argentina



1,72

Plataformas netas = pagas 1Q22

Drivers que impulsan a contratar una SVOD en Argentina





Bundle el nuevo impulsor

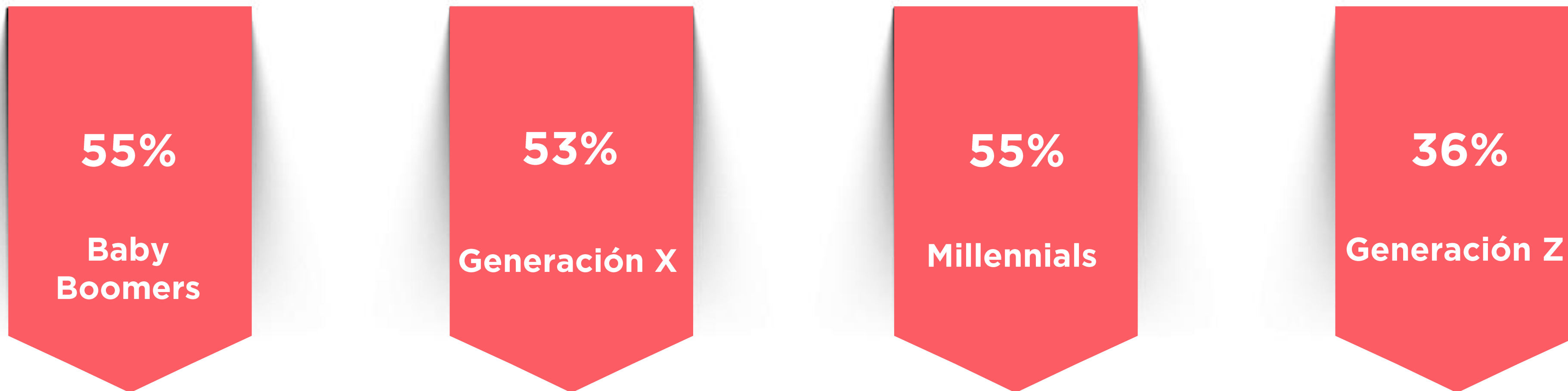


Nuevos hábitos de consumo

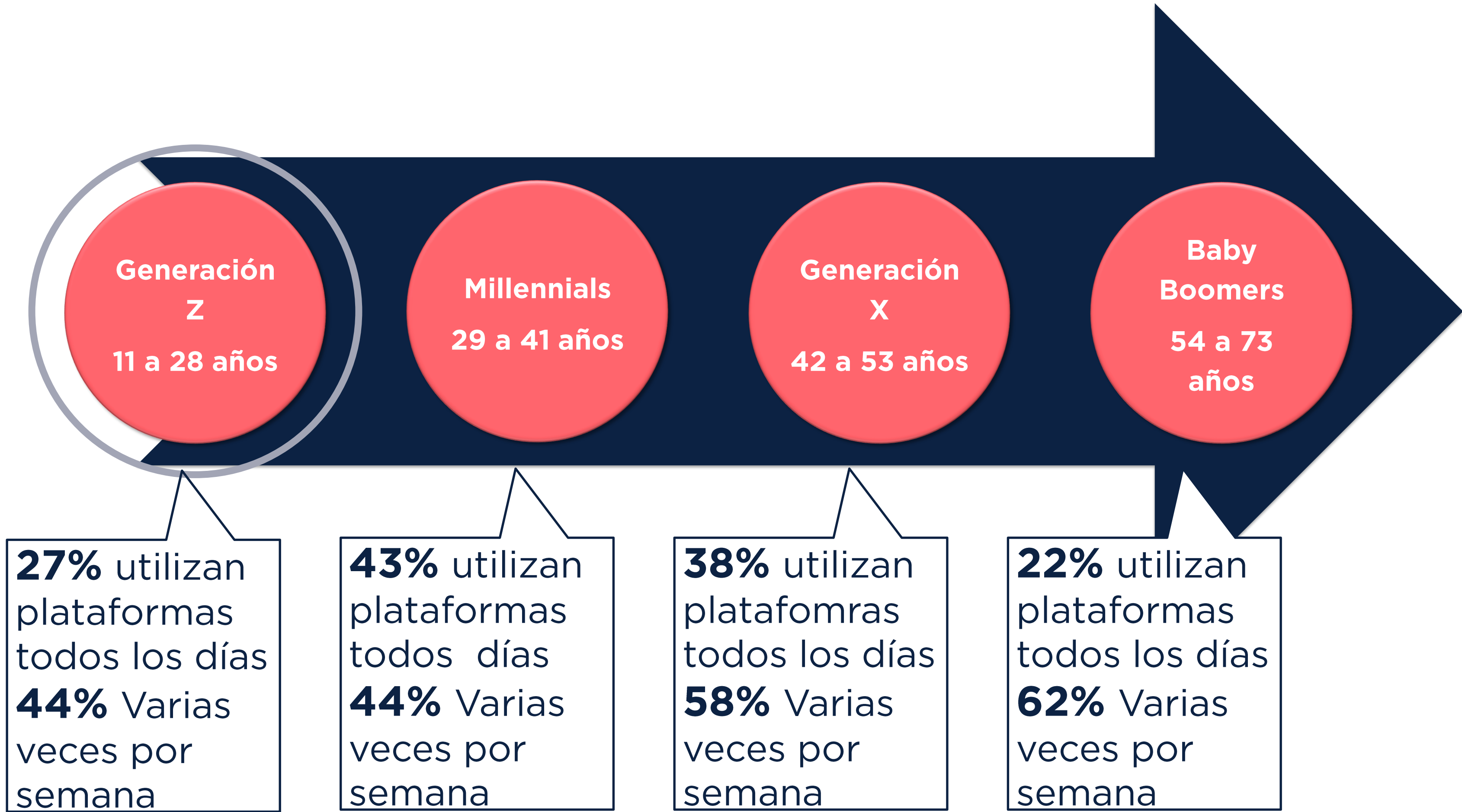


Smartphone cómo dispositivo favorito

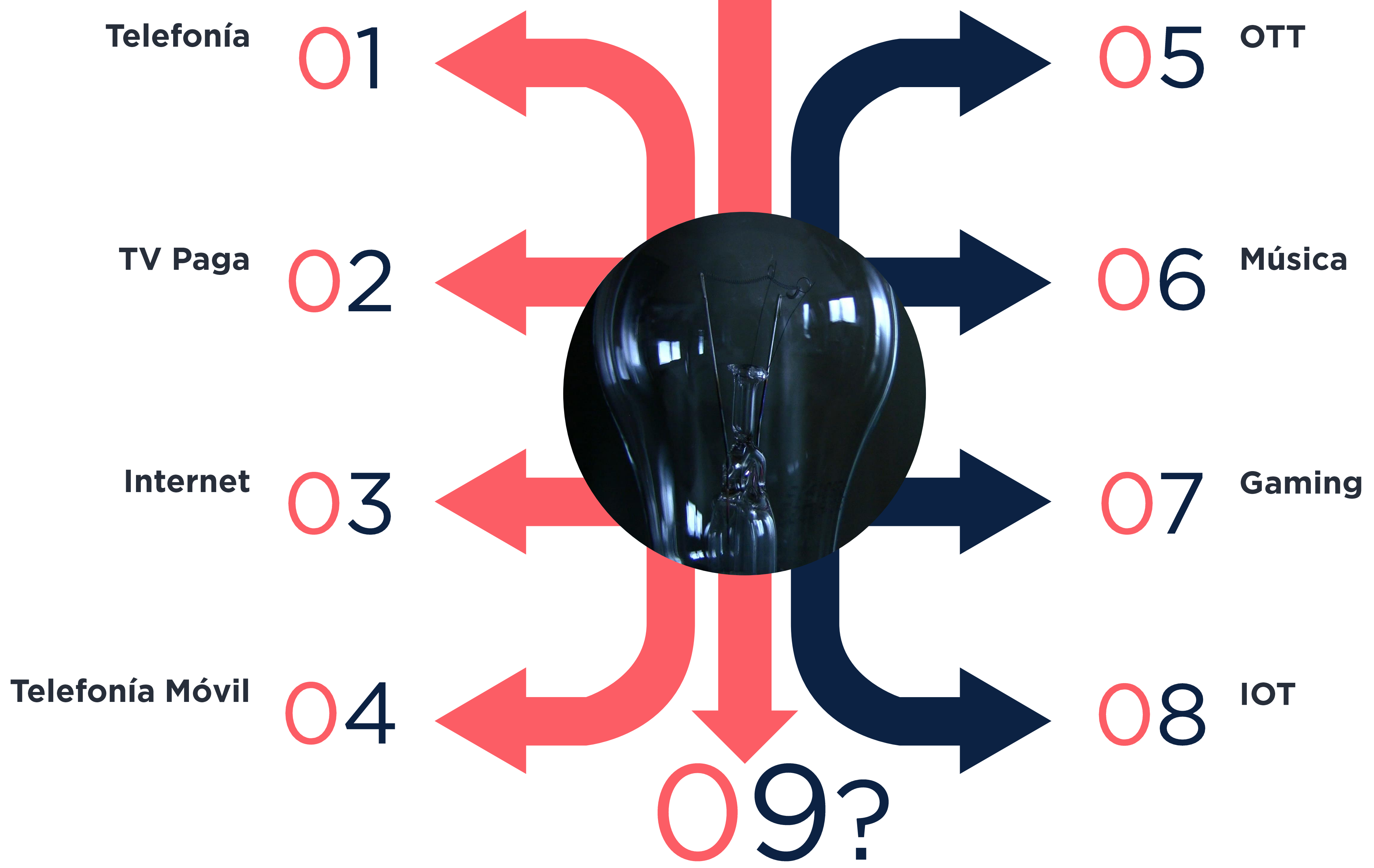
SmarTV cómo dispositivo favorito



Consumo por generación

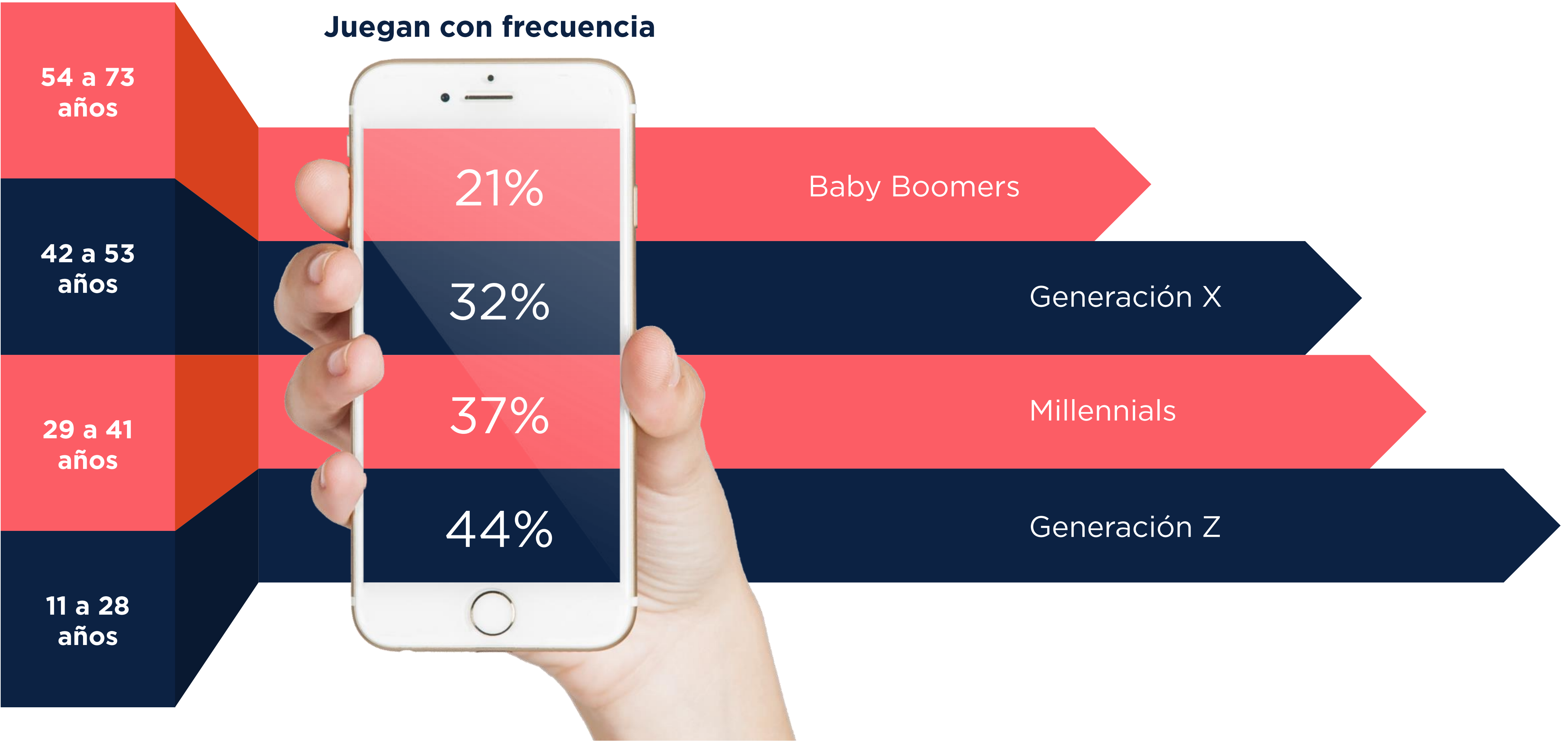


Gaming la vertical de la nueva generación



Gaming la vertical de la nueva generación

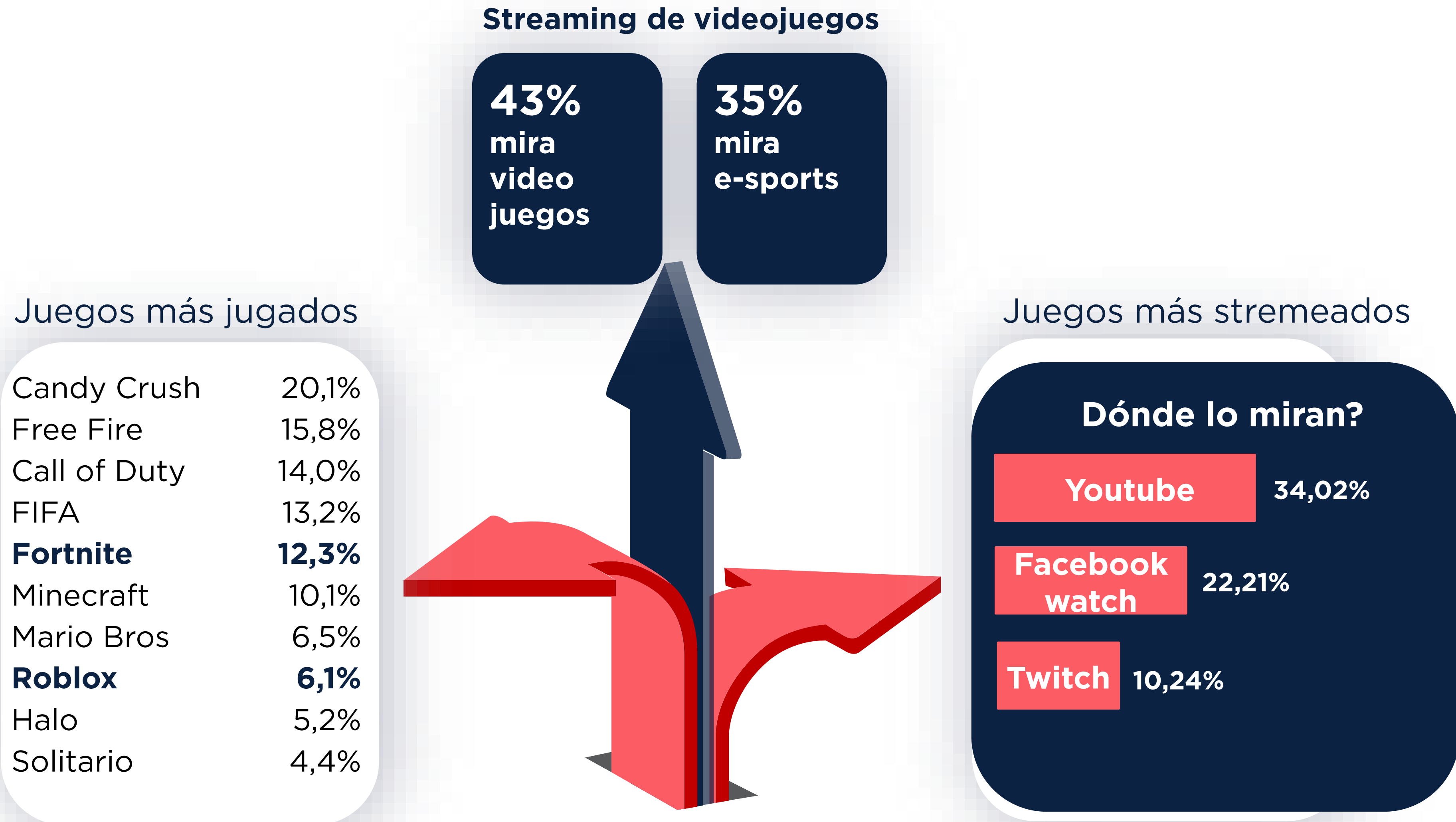
Juegan con frecuencia



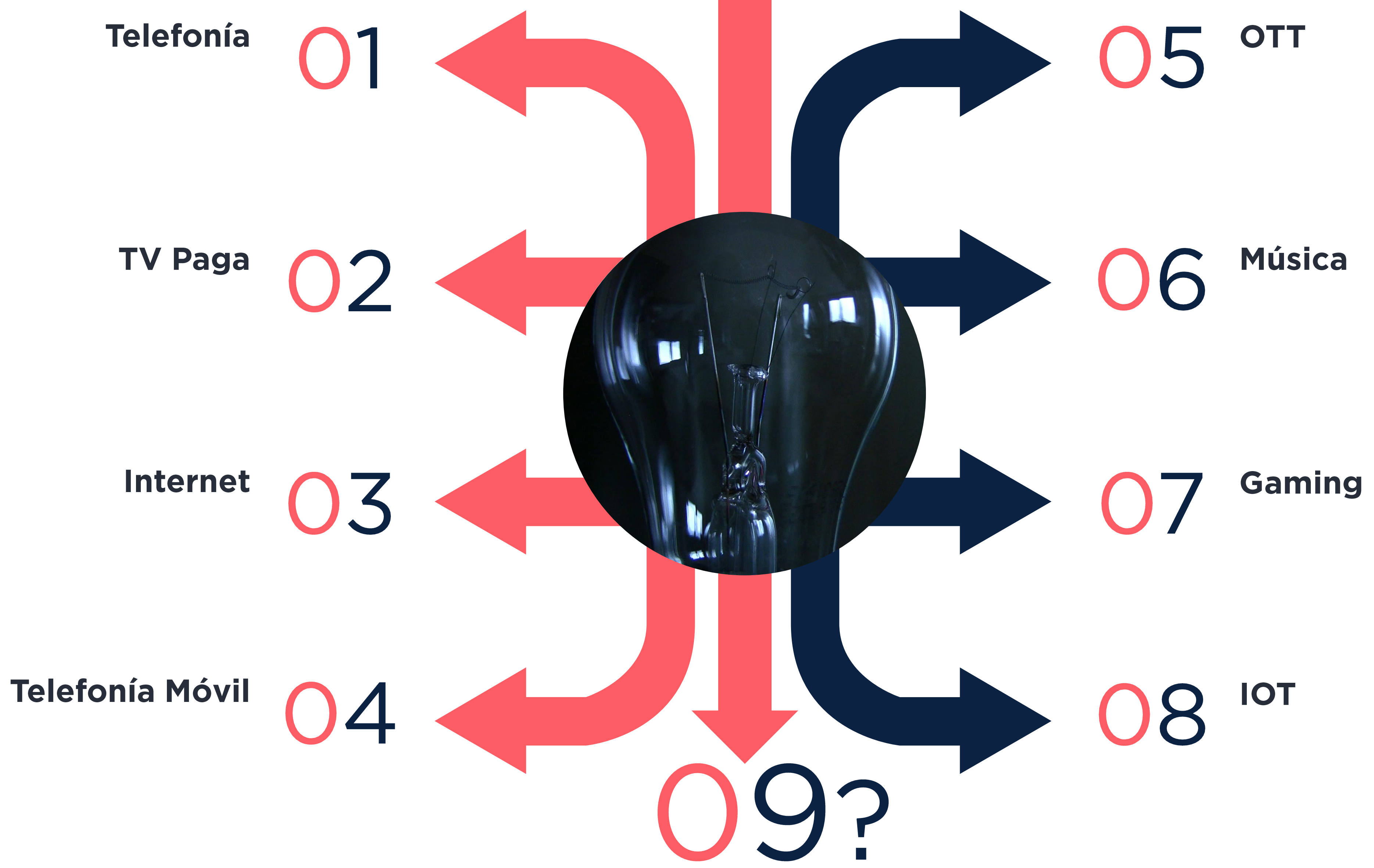
Gaming la vertical de la nueva generación



Gaming la vertical de la nueva generación



Metaverso (la experiencia inmersiva) el nuevo STAR SERVICE?



Internet, la vertical clave



**Presencia
Penetración
promedio
Latinoamérica
cercana al 60% y
creciendo**



**Carrier
Principal del
resto de las
verticales:
Smarphones,
OTTs Música,
Gaming, IOT, etc**



**Repositorio
De datos más
grande del
mundo**



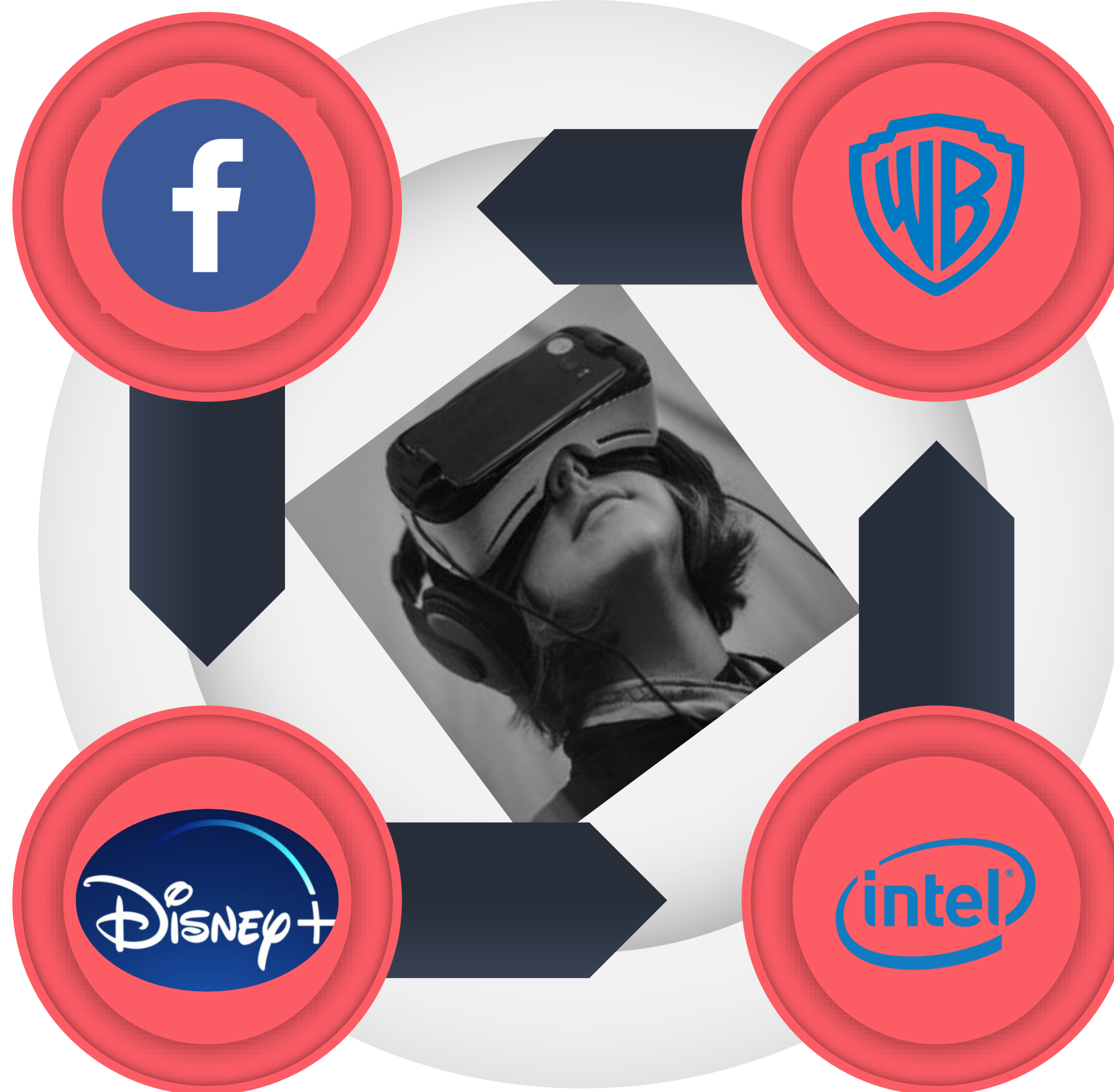
**Acostumbró
A las nuevas
generaciones a
modelos
híbridos,
(Virtualidad,
presencialidad,
generación
alfa)**





METAVERSO el lugar donde todo confluye

Cambió su nombre a META y realiza visitas virtuales a sus oficinas a nuevos empleados



Warner Bros ya habló de su Serviverso en Space Jam con LeBron James (Todas sus franquicias en un universo virtual)

Disney ya esta pensando en Metaverso, según Bob Chapek será una extensión de Dinsey +. También compraron Polyon una red lateral de Ethereum

Intel dijo que están trabajando en el desarrollo de tecnología para el Metaverso ya que se necesita 1000 veces la potencia de los superordenadores mas potentes, su proyecto ZettaFlop prevee lograrlo para el 2027

METAVERSO una experiencia inmersiva





**Que podemos esperar
en el futuro?**

**No se pierdan nuestra
presentación del
próximo BB MEDIA DAY**

Muchas gracias!!!