

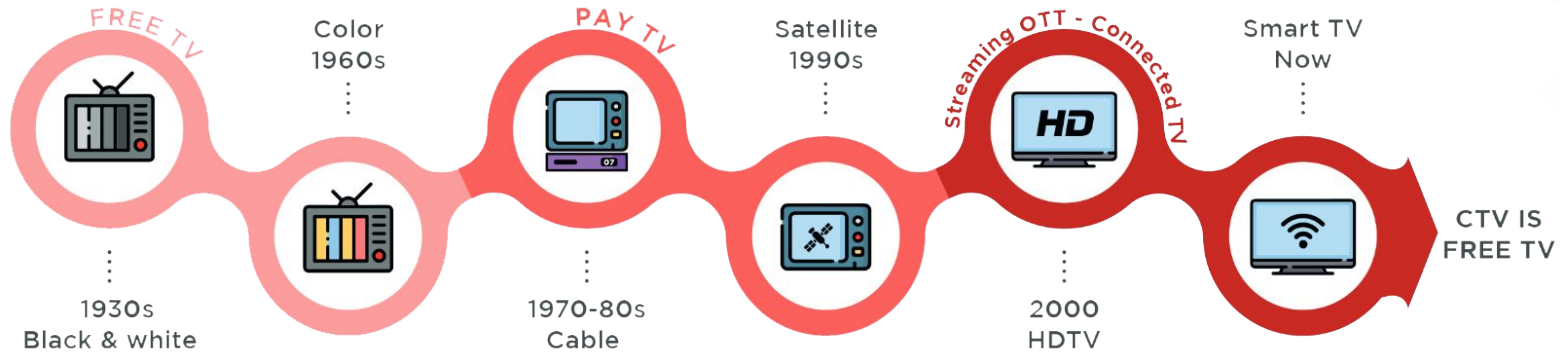
**El Consumo de Televisión
Está Cambiando:
Por Qué Las Marcas Globales
Se Trasladan a CTV/OTT**

iab member
iab México
SOCIO 2022



OTtera

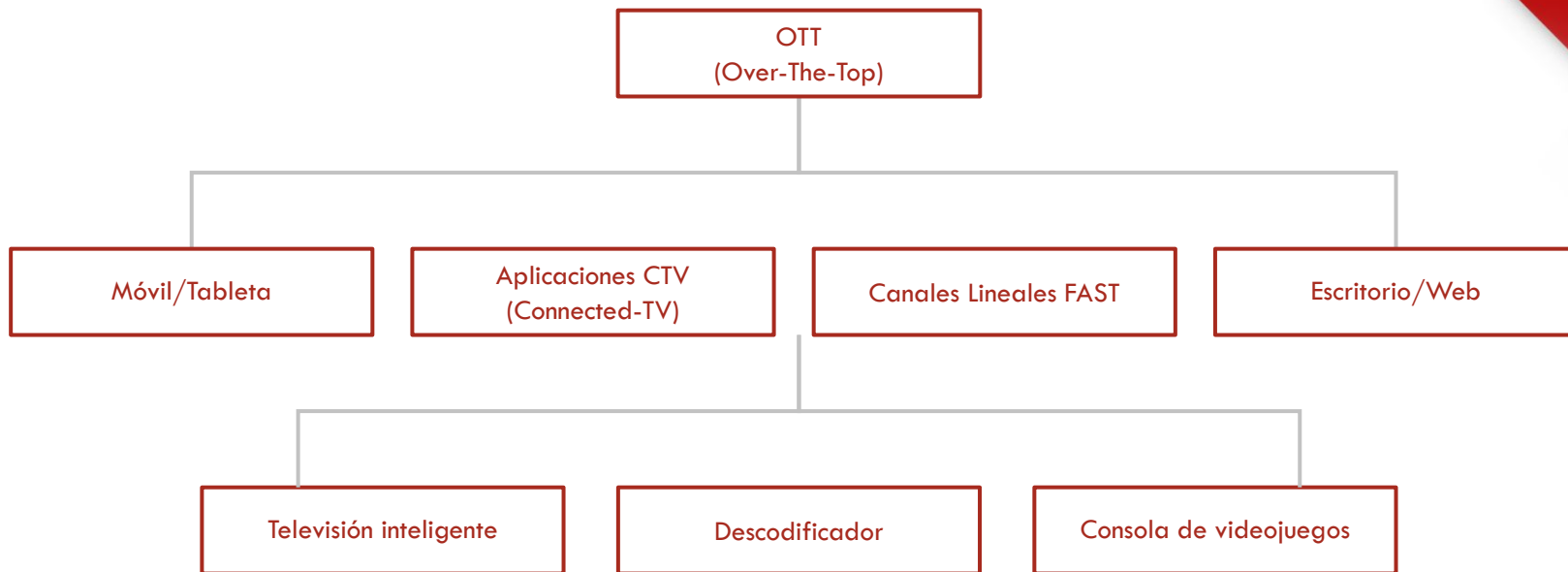
El Auge de Las OTT/CTV



OTT (OVER THE TOP) allows consumers direct access to content over the Internet

Ahora, con el 5G y el contenido 4K desbloqueado, el streaming de vídeo se vuelve más rápido y fluido

El Universo OTT/CTV



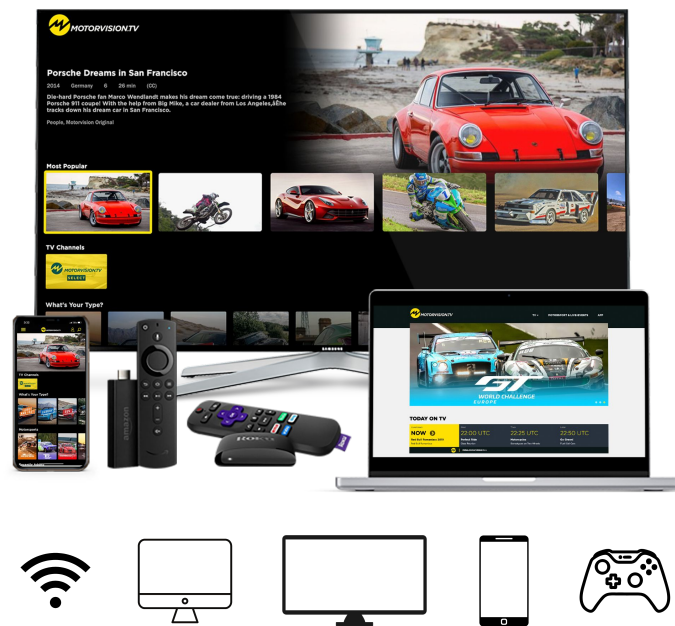
Las OTT requieren una conexión a Internet de alta velocidad y un dispositivo conectado para poder transmitir los contenidos.

¿Qué es la CTV?

CTV - Televisión Conectada - Cualquier dispositivo utilizado para transmitir vídeo a través de internet

Modelos de Negocio de CTV

- **SVOD** - subscription-based video-on-demand (e.g. Netflix, Hulu)
- **AVOD** - advertising-based video-on-demand (e.g. YouTube)
- **TVOD** - transaction-based video-on-demand; content purchased pay-per-view (e.g. iTunes)



¿Qué es la OTT?

OTT - Over The Top - Servicio multimedia ofrecido directamente a los espectadores a través de internet

¿Cómo hacer streaming OTT?

- Se necesita una conexión a Internet de alta velocidad y un dispositivo conectado que admita aplicaciones o navegadores
- Una suscripción a la plataforma OTT VS suscripción a un proveedor de servicios de televisión
- Se puede acceder a las plataformas OTT a través de un ordenador, un teléfono, una tableta, una televisión inteligente o una consola de juegos



¿Qué son los FAST Channels?

- **FAST** - Free Ad Supported TV
- **FAST** - TV en streaming gratuita con publicidad
- Los canales **FAST** amplían el servicio de la TV lineal tradicional a los dispositivos conectados como CTV
- Los canales **FAST** son capaces de ofrecer un streaming lineal gratuito con inserción dinámica de anuncios
- Los canales **FAST** amplían su audiencia
- Los canales **FAST** mejoran la experiencia del usuario proporcionando publicidad relevante dirigida al usuario



PLEX

Roku

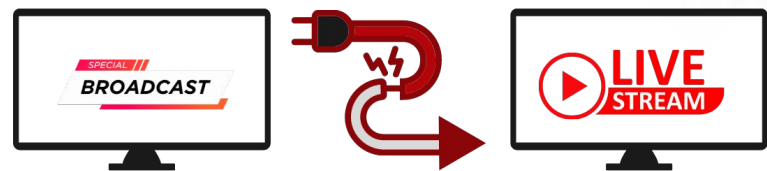
Samsung
TV Plus

pluto TV

+muchos más

BroadFAST

- Tomar un canal de difusión por cable existente o una fuente de contenido existente y convertirlo en una emisión de canal FAST
- Utilice un sistema de gestión de contenidos (CMS) para programar y distribuir sus contenidos a múltiples socios de distribución



+más

Cómo Monetizaron En Las Plataformas OTT

Vídeo a la carta basado en la publicidad (**AVOD**)

Venta de anuncios o banners muy específicos

pluto 

Vídeo a la carta por suscripción (**SVOD**)

Permitir a los usuarios el acceso al contenido a través de diferentes planes de precios

NETFLIX

Vídeo transaccional a la carta (**TVOD**)

También se conoce como pago por visión. Con este método, las plataformas cobran a los clientes una cuota única para alquilar o comprar contenidos

prime video 

Como Funciona el Targeting en el Ambiente CTV

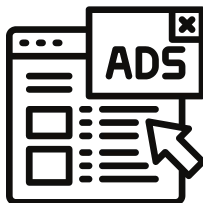
Paso 1

Construir audiencias a través de direcciones IP



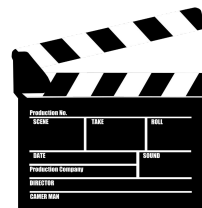
Paso 2

Los anunciantes adaptan un mensaje para llegar al usuario objetivo en el momento y lugar adecuados



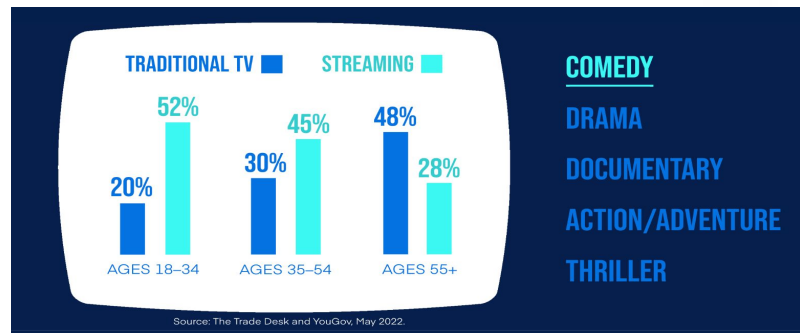
Paso 3

Objetivo por categoría, género, duración del contenido y clasificación del contenido



¿Por Qué Las Marcas Globales Están Entrando En El Espacio CTV/OTT?

- La televisión tradicional por cable pierde millones de espectadores por el aumento de los cord cutters
 - The Trade Desk informa de que los usuarios de streaming superan en número a los abonados al cable entre el grupo demográfico de **18 a 34 años**
- En una encuesta, Leichtman Research Group afirma que más del **80%** de los hogares con televisión tienen al menos un dispositivo de televisión conectado (una penetración superior a la de la televisión por cable), con una media de 4,1 dispositivos por hogar con televisión conectada
- Los consumidores están personalizando lo que quieren ver mediante la "agrupación" de sus servicios de entretenimiento
- El gasto en medios de comunicación dentro de la CTV también está aumentando debido a los siguientes factores
 - Capacidad de los anunciantes para orientar y medir el impacto de sus campañas
 - Campañas y resultados más eficaces
- El **31%** de los anunciantes planearon estrategias CTV para el Q1 2022 (Fuente: Advertiser Perceptions, "TV Advertising Study Q1 2022", encargado por The Trade Desk)



The Trade Desk and YouGov, May 2022

COMEDY

DRAMA

DOCUMENTARY

ACTION/ADVENTURE

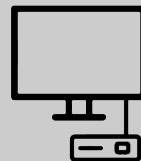
THRILLER

Socios De Distribución

Fabricantes de Electrónica de Consumo



MVPDs



Canales de Distribución de Contenidos



La Fórmula Completa



Creación

Canales lineales FAST y aplicaciones directas al consumidor

Distribución

Gran variedad de plataformas de TV conectada y OTT

Monetización

AdNet+ (Direct IO, PMP, Programmatic), socio exclusivo de First Look

Optera

Gracias