

## Medios de comunicación, entretenimiento y videojuegos: sal antes al mercado gracias a la innovación tecnológica

### Conéctate para no perder competitividad

Netflix y otros grandes servicios «over-the-top» (OTT) han subido el listón en el mundo de los medios de comunicación, el entretenimiento y los videojuegos. Actualmente, el público demanda servicios fáciles de usar y con contenido interesante, y que además sean personalizados, atractivos y asequibles. El precio es fundamental para aquellos hogares cuyos ingresos se han reducido.

Pero si las empresas de medios no revitalizan las iniciativas de transformación que se han quedado estancadas, no podrán competir. Hay presión para trabajar de forma más rápida, colaborativa y creativa. Para innovar, lo primero es contar con la tecnología y la infraestructura de telecomunicaciones adecuadas. El proveedor de contenidos que esté mejor conectado es el que saldrá vencedor.



### Todo está en juego

El crecimiento de los medios digitales sigue en ascenso. El proveedor que sea capaz de forjar nuevas alianzas, llevar contenido nuevo al mercado rápidamente y ofrecer una atención al cliente de primera clase será el mejor posicionado para captar y mantener la atención de los espectadores.

**300 000 millones de dólares**

En la actualidad, el sector de los videojuegos tiene un valor de 300 000 millones de dólares, más que los mercados del cine y la música juntos.

**86 600 millones de dólares**

Los ingresos globales de los servicios de vídeo «over-the-top» (OTT) aumentaron un 26 % en 2020 hasta alcanzar los 50 000 millones de dólares, y se espera que lleguen a los 86 800 millones en 2024.

**60%**

Para 2023, se espera que los ingresos globales de la industria del entretenimiento y los medios alcancen los 2,6 billones de dólares, de los cuales un 60 % corresponderán al sector digital.

## ¿Todo listo para competir?

Hay una competencia encarnizada por la atención de los consumidores. Los clientes se registran enseguida en nuevos servicios digitales para ver contenidos que les interesan, pero también tienden a cancelar la suscripción después de consumir lo que querían ver.

Pero los proveedores de contenido pueden mejorar su competitividad si cuentan con una tecnología potente. Con una buena conexión, estarán

equipados para producir contenidos nuevos más rápido y distribuirlos, y monetizarlos de forma más eficaz.

Es difícil ganarse a los clientes, y esta relación no tiene por qué finalizar cuando acaba el periodo de prueba gratuita o cuando terminan de ver su serie favorita. Los proveedores de contenidos conectados contarán con la tecnología adecuada para:



Deleitar a los usuarios con sugerencias personalizadas de contenido, basadas en los datos, para mantener su fidelidad.



Ofrecer contenido multisensorial que haga uso de la realidad virtual, la realidad aumentada y el vídeo en 360°.



Unificar al personal disperso con herramientas de colaboración eficaces que reduzcan el tiempo de lanzamiento al mercado.



Aumentar el tiempo de visualización: el algoritmo de entrega de contenido de TikTok generó un aumento del 94 % en el tiempo dedicado por cada visitante.



Transmitir contenido en tiempo real gracias a la conectividad de latencia ultrabaja.



Mejorar continuamente la personalización con herramientas adaptables de inteligencia artificial para crear perfiles de usuarios.

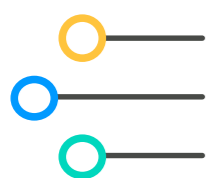


## Cuatro pasos para ganar la guerra por la fidelización de los clientes

En la competición por ganarse el corazón y la mente de los usuarios, la conectividad no solo da ventaja, sino que permite no dar pasos atrás. Para conseguir la lealtad de los clientes, los proveedores deben potenciar la innovación en cuatro ámbitos impulsados por la conectividad:

### Paso 1: Conectar mejor las experiencias multisensoriales

Las empresas de medios de comunicación, entretenimiento y videojuegos están poniendo a prueba contenidos innovadores y multisensoriales, y la pandemia ha acelerado la fusión de lo virtual y lo material. Una buena conectividad es imprescindible para aprovechar al máximo estas oportunidades donde la tecnología tiene tanto peso, tanto en la actualidad como en un futuro próximo.



La conectividad es fundamental para las experiencias multisensoriales, como la realidad virtual y la realidad aumentada.



Un festival envió a las personas que compraron entradas unas «cajas de bienvenida» que cobraban vida con un mapa del recinto con realidad aumentada.

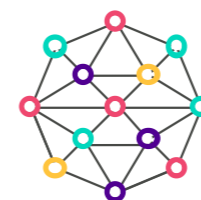


La interacción de los clientes con las aplicaciones y recursos virtuales aumenta las posibilidades de personalización y la inteligencia empresarial.



### Paso 2: Reforzar la conexión mediante alianzas innovadoras

Las colaboraciones han abierto nuevas sinergias para las empresas de entretenimiento y medios de comunicación, y han permitido mejorar los contenidos para los aficionados. Pero sin una red y una conectividad que estén listas para la integración, las empresas pueden tener dificultades para asociarse y fusionarse, aunque estas oportunidades sigan creciendo.



Las colaboraciones, tales como las recientes alianzas estratégicas entre estudios de cine, videojuegos y música, giran en torno a los contenidos: una buena conectividad es fundamental para llevar el contenido al mercado rápidamente.



Los ecosistemas colaborativos de producción de contenido hacen uso de un ancho de banda muy alto, con el fin de acortar el tiempo de desarrollo y superar a la competencia.



La alta velocidad y la latencia ultrabaja del 5G aumentarán las colaboraciones y la convergencia entre los vídeos, los juegos y la música.



### Paso 3: Unificar la empresa productora global

La creación de contenido siempre ha exigido trabajar en equipo, pero la pandemia ha disparado la necesidad de dar apoyo a equipos de producción dispersos. Las empresas que todavía arrastran una infraestructura fragmentada o herramientas de colaboración de poca calidad se verán superadas por otros competidores más ágiles, que adoptarán herramientas digitales que permitan una producción impecable y una comercialización más rápida.



Recurre a los mejores talentos del mundo de la producción en cualquier lugar, con la ayuda de herramientas descentralizadas y basadas en la nube, y confía en la conectividad más sólida.



Es fundamental contar con una red inteligente y un cifrado seguro para proteger el contenido frente a la piratería y los ataques.



Utilizar una red global de fibra permite cargar y distribuir contenido de alta calidad más rápido y superar a la competencia.



### Paso 4: Conectar y adoptar tecnologías emergentes para predecir la demanda de contenidos

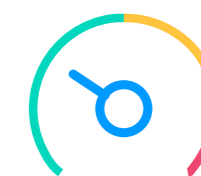
Los productores que ofrezcan contenidos que se adapten al gusto de los consumidores se ganarán su fidelidad. Las redes de latencia ultrabaja son fundamentales para ofrecer servicios de streaming y videojuegos bajo demanda, mientras que la inteligencia artificial y el aprendizaje automático son esenciales para predecir los deseos del público. Es imprescindible contar con unas infraestructuras y una conectividad de primera clase para aprovechar al máximo estas tecnologías.



Conéctate a herramientas de aprendizaje automático e inteligencia artificial basadas en la nube para predecir qué contenido quieren los clientes a continuación.



Benefíciate de los algoritmos de contenido de más éxito: el algoritmo de TikTok generó en tan solo 6 meses un aumento del 55 % en los visitantes únicos.



Asegúrate de que tu red sea compatible con la «edge computing» para ofrecer una experiencia de baja latencia al usuario, incluso para distribuir contenido de banda ancha en tiempo real.

## Ofrecer a la gente lo que quiere

El auge de los medios digitales y el gran aumento de opciones de contenido para los consumidores es un arma de doble filo. Los clientes se suscriben a los servicios atraídos por los nuevos contenidos, pero se ven sobrepasados por la inmensidad de

la oferta. Por eso, muchos empiezan a cancelar sus suscripciones. Los proveedores que quieren quedar en pie tienen que destacar en todo, desde el descubrimiento de contenidos hasta la satisfacción del cliente.

45%

El 45 % de los suscriptores estadounidenses declararon haber pagado un servicio concreto de vídeo en streaming para poder ver contenido nuevo y original que no estaba disponible en ningún otro lugar.

43%

La tasa de cancelación es un problema real que va en aumento. El 40 % de los milenials se sienten «sobrepasados» por la cantidad de suscripciones que tienen, y el 43 % tienen intención de reducirlas.



## ¿Tu red puede hacer esto?

La red IQ de Colt ofrece una conectividad superior que marcará la diferencia tanto para ti como para tus suscriptores. El gran ancho de banda, las capacidades SD WAN y la experiencia local contribuyen a crear un ecosistema unificado, fundamental para ofrecer un contenido innovador y no quedarse atrás.

Estas son las preguntas que debes hacerte para saber si tu red está preparada para la carrera por la fidelización de los usuarios:

- ✓ ¿Tu red permite una expansión rápida de la banda ancha en función de la demanda?
- ✓ ¿Admite la colaboración en tiempo real entre equipos, incluida la transmisión de voz?
- ✓ ¿Fomenta el uso seguro de los datos integrados de los clientes en todos los departamentos?
- ✓ ¿Estáis preparados para ofrecer el streaming y los juegos de baja latencia que permite la «edge computing»?
- ✓ ¿Os estáis protegiendo de forma proactiva contra las amenazas cibernéticas a la propiedad intelectual y los datos de los clientes?
- ✓ ¿Admite la red el cifrado de extremo a extremo para las transmisiones de contenido confidencial?
- ✓ ¿Tiene capacidad para admitir el aumento de herramientas de producción virtual y a distancia?
- ✓ ¿Tenéis visibilidad sobre los servicios locales y alojados en la nube?
- ✓ ¿La red ofrece acceso seguro a las herramientas de inteligencia artificial y aprendizaje automático en la nube?
- ✓ ¿La red está preparada para integrarse con socios estratégicos cuando surjan nuevas oportunidades?

## Transformar la conectividad es el primer paso para lograr un cambio duradero

Los medios de comunicación, el entretenimiento y los videojuegos ya no volverán a la situación anterior a la pandemia. La industria debe avanzar. Los proveedores que optimicen la conectividad serán los mejor posicionados para conseguir el primer puesto y no perderlo. Los líderes del mercado son:

- Los primeros en ofrecer contenidos nuevos e interesantes.
- Los que sean capaces de predecir y satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes.
- Los más rápidos en adoptar técnicas de producción revolucionarias y centradas en la tecnología.
- Los más preparados para combatir la tasa de cancelación ofreciendo una experiencia insuperable a los clientes.

### La infraestructura determina el rendimiento

Si tu red y tus recursos están optimizados, será más fácil planificar, producir, distribuir y monetizar el contenido revolucionario que quieres ofrecer.

Descubre por qué empresas como la tuya eligen Colt: por nuestro alcance global, nuestra red inteligente de propiedad exclusiva, nuestras incomparables prestaciones de seguridad de red gestionada y nuestro demostrable historial de colaboración con redes de socios.



## ¿En qué podemos ayudarte?

Empresas como la tuya eligen Colt por nuestro alcance global, nuestra red inteligente de propiedad exclusiva, nuestras incomparables prestaciones de seguridad de red gestionada y nuestro demostrable historial de colaboración con redes de socios.

Ponte en contacto con un ejecutivo de ventas de Colt para concertar una reunión individual. Descubramos cómo puedes seguir innovando y consolidando tu ventaja competitiva poniendo la conectividad ante todo.

[www.colt.net](http://www.colt.net) or contact [sales@colt.net](mailto:sales@colt.net)