

# WEBINAR GRATUITO

## TV Paga en América latina 2023 Las últimas proyecciones de Dataxis

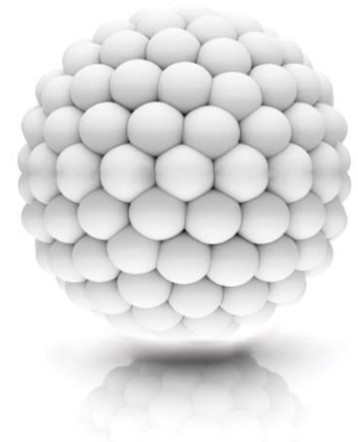
- Viernes 22 de junio de 2018 -



**Presentador**

Carlos Blanco  
Senior Analyst  
Dataxis

Language: español



Global

Basada en Francia. Oficinas en Europa, Americas y Africa

Research

Líder en inteligencia de mercado en TV paga y telecom en los mercados emergentes, incluyendo Latinoamérica

Events

Serie de conferencias NexTV Series y Future Ad en Miami, Mexico, Sao Paulo, Buenos Aires, Bogota, Berlín y Isla Mauricio

Media

NexTV News Latin America, Brazil y Africa

- ❖ Dataxis provides its clients with an online intelligence service
- ❖ Offices in **Berlin, Buenos Aires & Mauritius**
- ❖ Reliable, up to date and in depth key performance indicators, statistics and forecasts
- ❖ Our service includes:
  - Databases on 4play market: TV, Broadband, Wireless & Telephony
  - Data by country and operator including mid and small size operators
  - Free and unlimited online inquiry service
  - Complete operator's profiles

# Estado de situación de la TV Paga en Latam

## Claves TV Paga Latam 2017

	Penetración	Crecimiento	Share Subs
México	62,3%	-0,9%	27,5%
Brasil	25,6%	-3,9%	25,6%
Argentina	64,1%	0,1%	12,4%
Colombia	42,2%	1,2%	7,8%
Venezuela	59,6%	-5,3%	6,7%
Chile	63,0%	4,4%	4,7%
Ctrl America	32,2%	4,5%	4,6%
Caribe	23,8%	4,4%	3,4%
Perú	29,0%	5,2%	2,7%
Ecuador	32,2%	-0,5%	1,9%
Uruguay	59,1%	-3,4%	1,0%
Paraguay	39,1%	23,5%	1,0%
Bolivia	20,7%	27,9%	0,8%
<b>Total</b>	<b>39,8%</b>	<b>-0,7%</b>	<b>100,0%</b>

### Saturación

Techo: 60% penetración en 5 mercados (52% del market share)

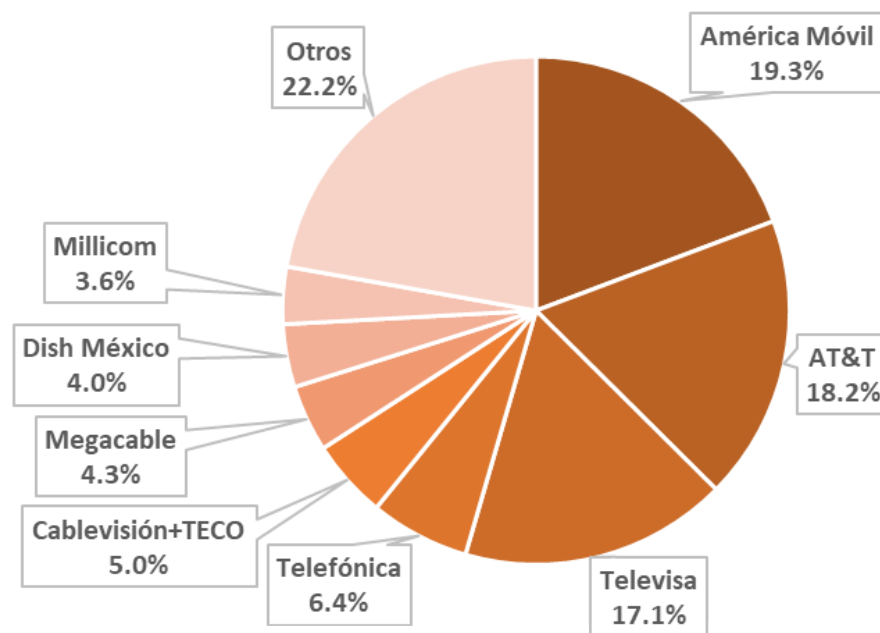
### Oportunidades

Brasil y mercados postergados.

### Concentración

5 países → 80% de los suscriptores.

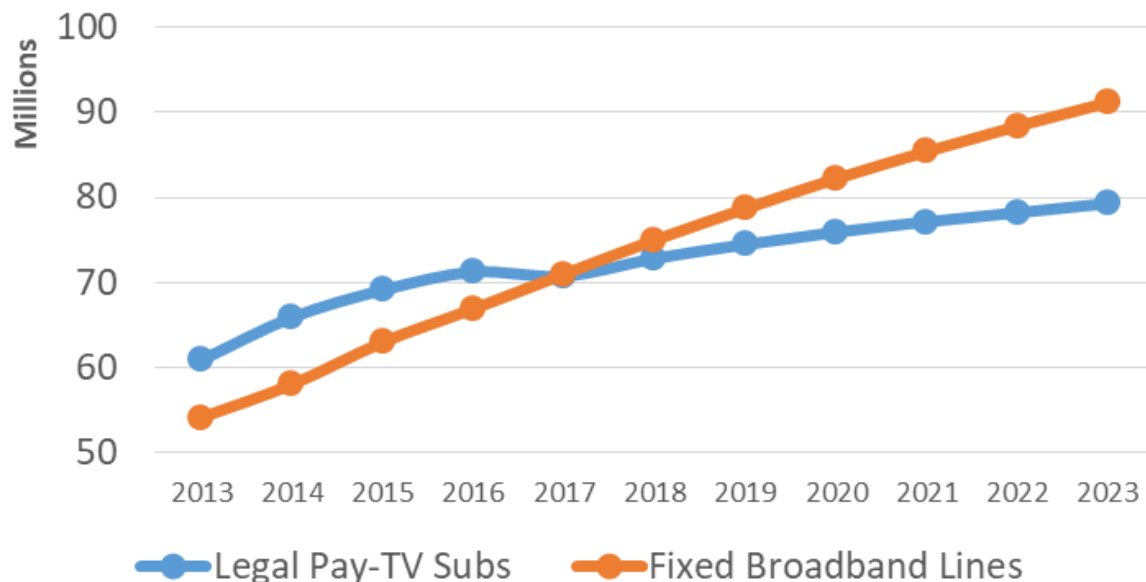
## Pay-TV: Market Share por Holding (Q4 2017)



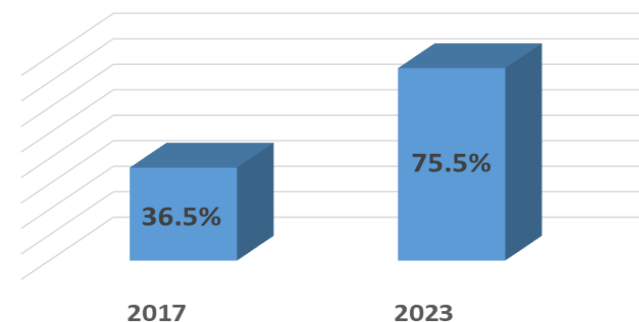
- Crecimiento en mercados postergados en proceso de formalización no alcanzó a compensar la caída de Brasil y el estancamiento de mercados maduros.
- Aunque hay una suma de situaciones coyunturales de operadores y países, se evidencian cambios estructurales.

# La Banda Ancha fija tomó la delantera

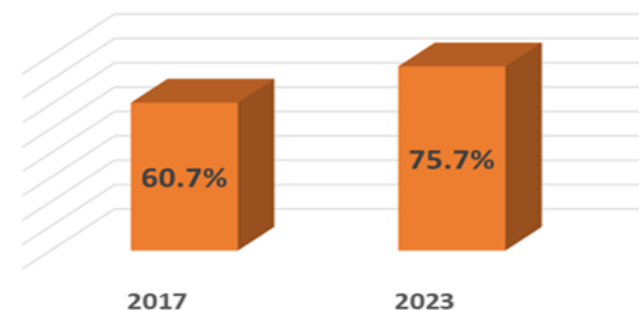
## Pay-TV vs Fixed Broadband



## % Ultra-Broadband / Total Lines

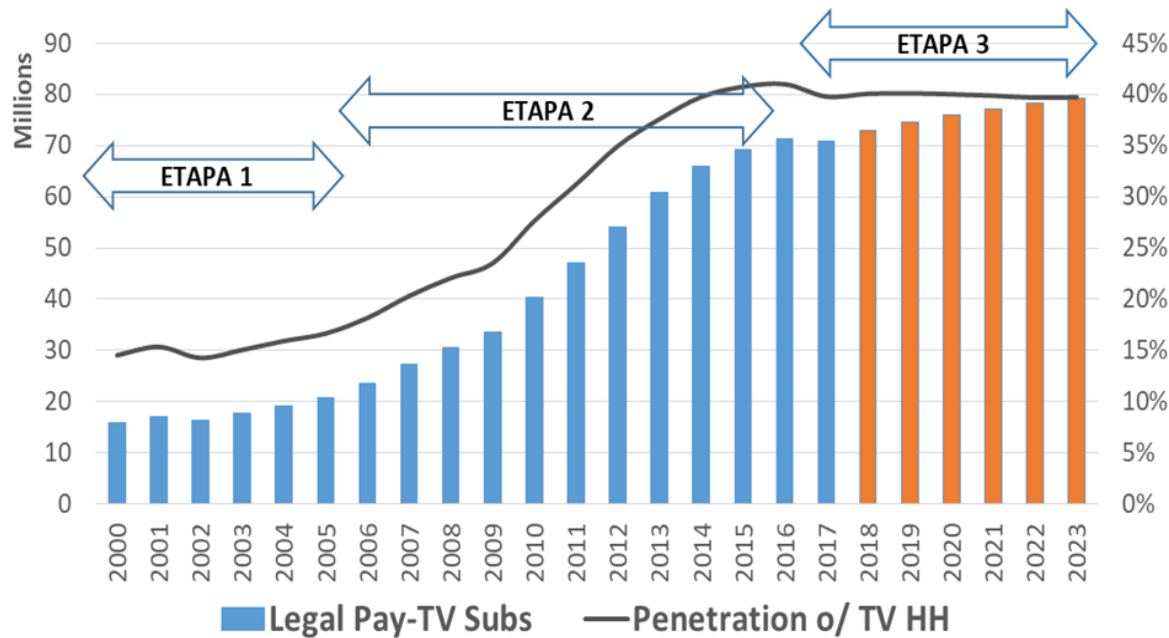


## % Smartphones over Population



- En Q4 2017, la banda ancha superó en volumen a la TV Paga. En US, la banda ancha pasó al frente en Q1 2016!
- Las opciones de alta velocidad (20 Mbps o más) ya alcanzaron un nivel de maduración.
- Una difusión de segundas pantallas vía Smartphones.

# La nueva fase de la TV Paga en Latam



## Etapa 1: 199x-2005

Operador Tipo: Programador / Local  
(Consolidador Vertical).

Producto: TV Paga.

Tecnología Dominante: Cable.

Claves: Alto ARPU / Baja Penetración.

## Etapa 2: 2006-2014

Operador Tipo: Multi-servicio / Regional.

(Consolidador Horizontal)

Producto: Paquetes con BB.

Tecnología Dominante: DTH.

Claves: Rápido crecimiento / Regional.

## Etapa 3: 2015

Operador Tipo: Acceso + Integración de Contenidos

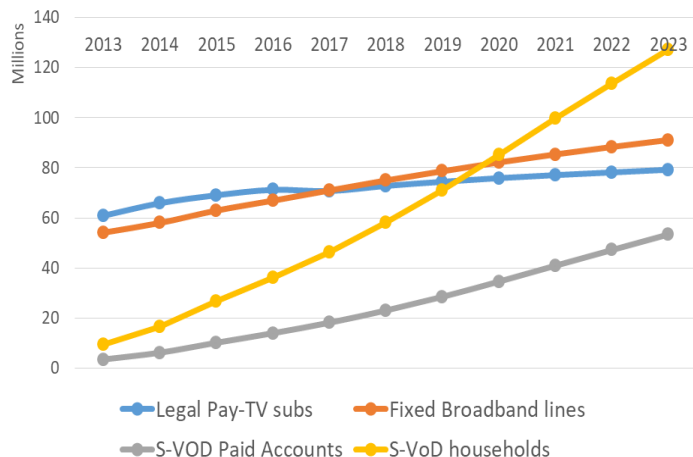
Producto: Interactivo / Multi-pantalla

Tecnología Dominante: Internet

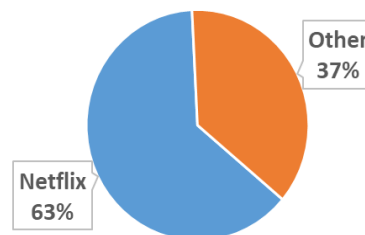
Claves: Nueva Competencia / Mejora del ARPU

# El escenario de los OTT tiende a complejizarse

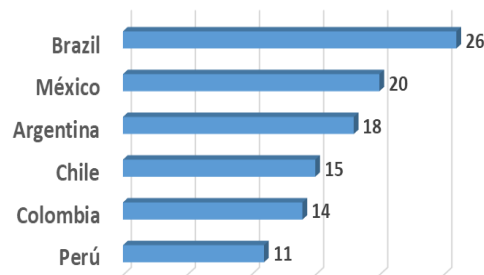
Pay TV vs Fixed Broadband Latin America (2013-2023)



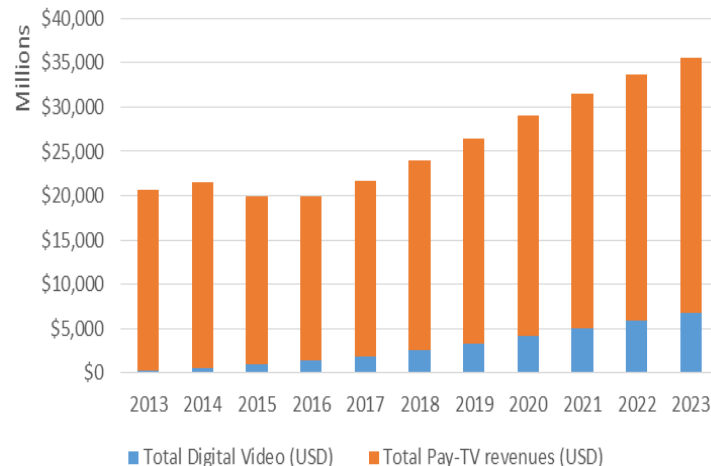
Market Share de Netflix (2017, Latam) Cuentas pagas



Plataformas S-VoD OTT Pagas por país (2017, Latam)



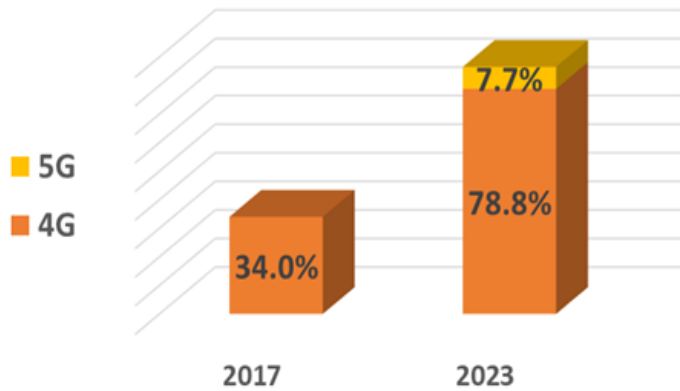
Revenues (USD)



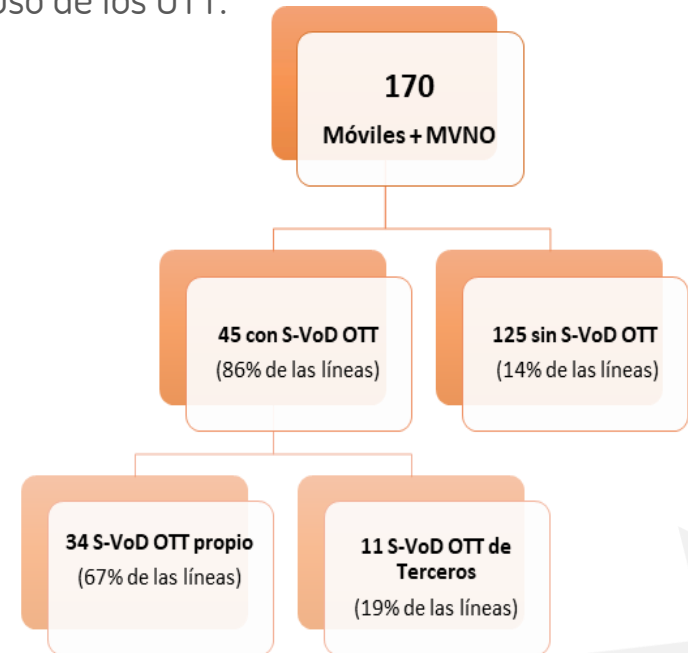
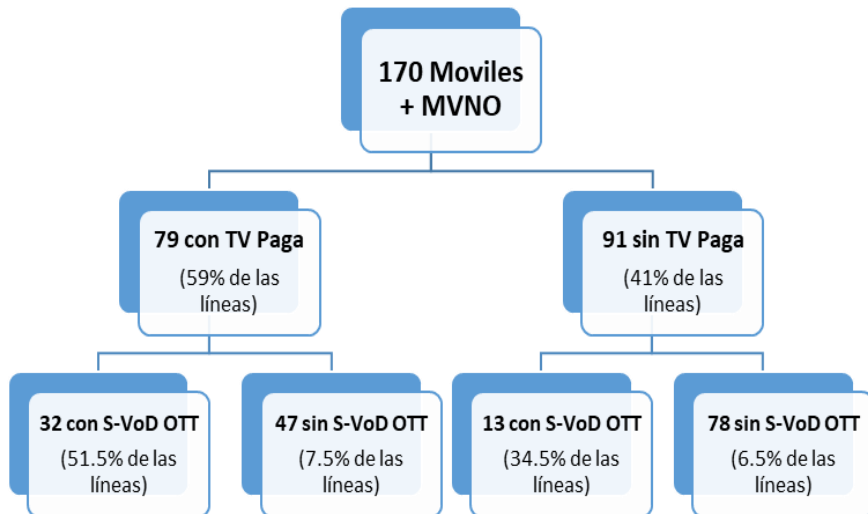
- Los OTT se proponen como complemento de la TV Paga y tiende a igualarla en volumen vía el “key-sharing”.
- Al menos hay 150 plataformas S-VoD en Latam pero Netflix domina ampliamente el mercado.
- Asoman operadores verticales y agregadores de OTT. México y Brasil son los mercados más sofisticados.

# Los móviles son otro canal relevante en video

% 4G & 5G / Mobile Lines



- 79 operadores móviles cuentan con TV paga pero existen muy pocas ofertas de 4-Play.
- Si bien sólo 45 operadores móviles cuentan con S-VoD, concentran el 86% de las líneas.
  - El S-VoD OTT es usado principalmente como una herramienta de fidelización.
  - En algunos mercados ya hay estrategias tarifarias para fomentar el uso de los OTT.





- La TV paga transita una nueva fase. Los imperativos de los operadores son la conectividad y agregación de contenidos.
- La banda ancha ya superó a la TV Paga en volumen de accesos a la par que mejora la capacidad entregada.
- Los OTT ganan volumen de la mano del “key sharing”. La diversificación de plataformas está en ciernes.
- Los operadores móviles maduran en banda ancha y se posicionan como canales de distribución de S-VoD OTT.

nextv CEO  
2018

**Africa - Mauritius** - May 2<sup>nd</sup>, 3<sup>rd</sup> & 4<sup>th</sup>  
**Latin America - Miami** - November 1<sup>st</sup> & 2<sup>nd</sup>

nextv Series  
2018

**Argentina - Buenos Aires** - May 16<sup>th</sup> & 17<sup>th</sup>  
**Colombia & Andean - Bogota** - June 7<sup>th</sup>  
**Mexico - Mexico City** - September 26<sup>th</sup> & 27<sup>th</sup>  
**Brazil - Sao Paulo** - November 28<sup>th</sup> & 29<sup>th</sup>  
**CEE & DACH - Berlin** - November 29<sup>th</sup> & 30<sup>th</sup>

Thank you for your participation

For more information, visit our website  
[www.dataxis.com/webinars/](http://www.dataxis.com/webinars/)

Carlos Blanco, [carlos.blanco@dataxis.com](mailto:carlos.blanco@dataxis.com)



English

Spanish

Follow us



# Q&A