

Estudio de casos

Distribución competitiva de la televisión a través de Internet (IPTV)

Cómo utiliza British Telecom las videograbadoras digitales (DVR) como pieza fundamental de su éxito en el sector televisivo

Las compañías telefónicas emergen como operadoras de televisión

El negocio de la telefonía ya no es lo que era. El negocio del cableado tradicional de las compañías telefónicas sigue padeciendo una intensa competencia por parte de los servicios inalámbricos y de voz sobre IP (VoIP, del inglés *Voice Over IP*). In-Stat pronostica que los ingresos por servicios de voz a los clientes en EE.UU. tendrán una tasa de crecimiento anual compuesto del -8,5% entre 2004 y 2009¹. El mercado mundial de servicios de voz por cable está sufriendo un declive similar.

Por tanto, no sorprende que las compañías de telefonía de todo el mundo hayan anunciado planes (o estén evaluando la oportunidad) para entrar en el mercado de la televisión con una estrategia de televisión sobre protocolo Internet (IPTV, del inglés *Internet Protocol Television*). Para muchas empresas, pasar de ser un proveedor de servicios básicos de telefonía a ser un proveedor de servicios triple-play es una cuestión fundamental para su supervivencia a largo plazo. Sea o no cuestión de supervivencia, el hecho de competir codo con codo con los consolidados proveedores de servicios de televisión de emisión gratuita, satélite y por cable no es para pusilánimes. La inversión necesaria para construir la red, adquirir el contenido y desarrollar servicios para ofrecer un producto atractivo y competitivo requiere un esfuerzo gigantesco. Pero la posible recompensa es seductoramente lucrativa.

Una de las empresas que parece preparada para el reto es British Telecom (BT). Con una importante base de clientes y una marca que ha abierto las puertas a la adquisición de contenidos, BT está desarrollando actualmente una estrategia para aumentar el número de clientes con unos precios atractivos, un contenido competitivo y unas características diferenciadoras.

¿Cómo afectan las necesidades de los clientes clave a la estrategia?

Para poder ofrecer a los clientes una opción sólida frente a la oferta actual, el grupo BT Vision de British Telecom se ha centrado en llegar a comprender claramente lo que quieren los clientes y, a continuación, satisfacer esas necesidades mejor que los proveedores implicados. Las principales conclusiones de BT sobre lo que buscan los clientes se pueden resumir en las siguientes necesidades clave:

- Comodidad
- Elección
- Control
- Una alternativa a las plataformas establecidas
- Sin necesidad de abonarse²

Para más información:

BT Vision de British Telecom

Visite el sitio Web de la compañía en www.btvision.bt.com/.

Unidades de la serie DB35 de Seagate

Para obtener más información sobre las unidades de la serie DB35 de Seagate® para DVR, con capacidades de hasta 750 GB, visite www.seagate.com o envíe un correo electrónico a dvrinfo@seagate.com.

¹ Wireline Remains in Decline: US Wireline Service in 2005, *In-Stat*, 2005 (en inglés)

² "Developing a hybrid STB, what will BT's product look like?" (en inglés), James Soames – BT Vision, 8 de mayo de 2006, Segundo Fórum Anual de IPTV y Telecom Triple Play

Distribución competitiva de la televisión a través de Internet (IPTV)

Cómo utiliza British Telecom las videograbadoras digitales (DVR) como pieza fundamental de su éxito en el sector televisivo



De estas cinco necesidades clave de los clientes, tres de ellas se resuelven, al menos en parte, con la inclusión de una videograbadora digital (DVR) en el decodificador de BT. BT está tan volcada en responder a las necesidades de los clientes y alcanzar su satisfacción, que incluye una videograbadora digital equipada con una unidad de disco duro de 160 GB en todos los decodificadores de BT Vision instalados. Lo que es aún más extraordinario es que los clientes de BT Vision no tienen gastos mensuales de suscripción al servicio.

¿Cómo justifica BT lo que para algunos parece una costosa y arriesgada estrategia de adquisición de clientes? BT confía en que su estrategia se amortizará. Con la consolidación de una base de clientes contentos con el servicio triple-play, la búsqueda de la satisfacción de los clientes y la reducción del número de bajas, BT espera un cuantioso rendimiento de la inversión. El componente de videograbadora digital de su estrategia es un ejemplo perfecto.

Pasión por la videograbadora digital

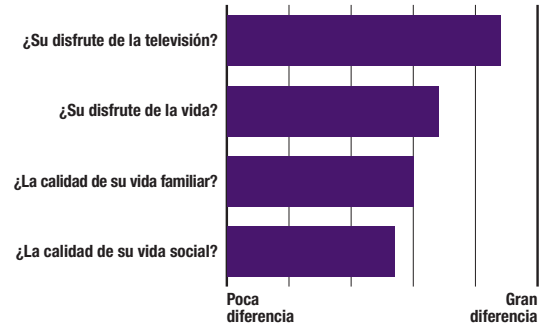
En un estudio de Forrester Research realizado en 2004, la opinión de 588 usuarios de DVR situó a la videograbadora digital entre los dispositivos de electrónica de consumo más apreciados de la historia. Según Forrester, cuando se solicitó a los usuarios de DVR una opinión personal sobre su DVR, uno de cada cinco utilizó la palabra *apasionante*. Este hallazgo sorprendió tanto a los investigadores de Forrester que comentaron:

“En siete años de encuestas a consumidores en Forrester, nunca habíamos visto un dispositivo que generara unas opiniones tan apasionadas y comprometidas como la videograbadora digital”.³

La pasión de los consumidores por sus videograbadoras digitales se refleja en otras estadísticas clave del estudio de Forrester. Los usuarios de DVR informan de una increíble mejora en el nivel de satisfacción al ver la televisión en comparación con los usuarios que no tienen DVR, con una valoración media de 4,4 en una escala de 5. Pero aún hay más. Esos mismos usuarios valoran la diferencia que supone el DVR en el *disfrute general de la vida* en un 3,4 de 5.

Estos increíbles niveles de satisfacción de los clientes es exactamente lo que busca BT Vision. La videograbadora digital ofrece una potente herramienta para satisfacer tres de las máximas necesidades de los clientes identificadas por BT: comodidad, elección y control.

¿Qué diferencia supone la videograbadora digital para...?



El DVR ofrece una comodidad al ver la televisión que no ofrece ningún otro dispositivo en la historia de la televisión. Los usuarios afirman sentir una felicidad universal al poder elegir y programar fácilmente el DVR para que grabe sus programas favoritos. En el estudio de Forrester, el 91% de todos los usuarios de DVR dijeron que el principal motivo por el que usan el DVR es que “simplifica la grabación de los programas”. La facilidad para grabar programas permite a los usuarios de DVR disfrutar de los programas que desean ver a las horas que pueden hacerlo, sin estar encadenados al horario de emisión.

¿Y qué sucede con la elección? Una vez resuelto el reto de permitir al televidente medio grabar con facilidad sus programas favoritos, la elección de los consumidores aumenta enormemente. Los algoritmos avanzados de los decodificadores de los DVR actuales, capaces de memorizar las preferencias de visualización de los usuarios y, a continuación, grabar programas similares, añaden un elemento apasionante e incluso una gama más amplia de elección a los menús de los usuarios de DVR. El aumento en la posibilidad de elección entre los usuarios de DVR aparece también resaltado en el estudio de Forrester, que muestra que la visualización de la televisión en tiempo real cae en un 60%.

El control añadido sobre el contenido de visualización es el pináculo de las características que ofrece el DVR a los televidentes. Con una sencilla programación surge contenido adicional a la carta, lo que ofrece a los clientes una mayor elección. No obstante, esa opción no captura algunas de las características más populares del DVR, denominadas normalmente *trucos*. El DVR ofrece a los usuarios las mismas características básicas que proporcionaban los VCR: las funciones de pausa, avance rápido y rebobinado del vídeo. La unidad de disco duro, tecnología fundamental del DVR, eleva estas características a un nivel completamente nuevo. La posibilidad de poner en pausa la televisión en directo o saltarse los anuncios son dos de los “trucos” con los que más disfrutaban los consumidores y les proporcionan unos niveles de control sobre la visualización de la televisión hasta ahora desconocidos.

³ The Mind of the DVR User: Acquisition And Features - Forrester Research Inc, 2004 (en inglés)

Distribución competitiva de la televisión a través de Internet (IPTV)

Cómo utiliza British Telecom las videograbadoras digitales (DVR) como pieza fundamental de su éxito en el sector televisivo



Poner en pausa la televisión en directo simplemente implica congelar en pantalla la emisión de televisión actual, mientras el disco duro continúa grabando el contenido en directo. Cuando los usuarios vuelven a estar preparados para ver la televisión, simplemente cogen el mando a distancia, pulsan el botón de reproducción y la emisión continúa exactamente donde la dejaron. Con un DVR, una llamada de teléfono, una visita inesperada o cualquier otra interrupción ya no significan que los televidentes se pierdan sus programas favoritos. Es obvio por qué los usuarios consideran esta característica la clara ganadora en la categoría del aumento de control en la visualización.

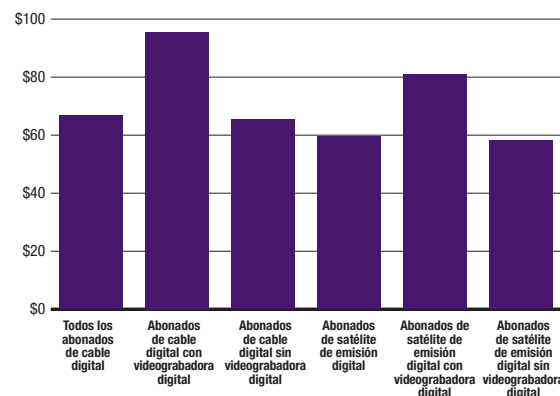
Aunque es un tema de controversia con los anunciantes y, por tanto, asunto de importancia para los proveedores de servicios, saltarse los anuncios en el contenido grabado es otra de las características que más valoran los usuarios de DVR. En el estudio de Forrester, el 46% de los usuarios de DVR señala que esta característica es la razón principal para usar el DVR, resaltando de nuevo el deseo de los usuarios de tener más control sobre la experiencia de ver televisión.

Mayor satisfacción de los clientes de base

A la vez que los DVR aportan más valor a las tres necesidades principales de los clientes de BT (comodidad, elección y control), existen otras ventajas para convertir a todos los clientes en clientes de DVR. Para BT, utilizan el DVR para reforzar la línea de clientes de base.

Los usuarios de DVR no sólo son clientes más satisfechos, sino que también tienden a ser los clientes que generan mayores ingresos. En una encuesta realizada a 3.400 usuarios domésticos de Internet en EE.UU., los clientes de DVR pagaban una media de entre 11 y 15 dólares más que los clientes que no tenían DVR⁴.

¿Cuál es el gasto mensual de los abonados de TV? (Usuarios domésticos de Internet de EE.UU.)



⁴ Managing the Digital Home (en inglés), encuesta realizada a 3.400 usuarios domésticos de Internet en EE.UU. en 2006, Parks Associates

Además, estos clientes de DVR suelen ser muy *fieles*, rara vez cambian de servicios y casi nunca deciden dejar de usar un DVR por completo. De nuevo, los datos proporcionados por Forrester Research demuestran esta fidelidad al DVR, sólo el 2% de los encuestados en el estudio había dejado de usar el DVR.

Clientes enormemente satisfechos que generan más ingresos y casi ninguna baja: la estrategia de BT comienza a cobrar sentido. Sin embargo, cuando se hace una inversión como la de regalar un DVR a cada cliente, es necesario extraer hasta la última gota de valor de esos decodificadores.

BT aprovecha la inversión en las videograbadoras digitales para una amplia variedad de características que generan ingresos. Un ejemplo es el contenido que se puede descargar al decodificador de BT Vision y al PC. Esto proporcionará a los usuarios, además de su servicio de vídeo a la carta (VOD, del inglés *Video-On-Demand*) estándar, una mayor elección a la hora de adquirir y ver contenido que en un modelo de alquiler o propiedad. Este servicio aprovecha el componente "IP" del sistema de IPTV, y permite que este contenido esté disponible a través de un servicio Web estándar y accesible mediante un decodificador de BT Vision usando una estrategia de jardín vallado. Un recorte de prensa sobre el sitio Web de BT Vision describía el servicio de la siguiente manera:

"Habrà contenido disponible para su compra y visualización en el PC desde la tienda de BT Vision, un nuevo servicio de descarga de películas y televisión cuyo lanzamiento está previsto para el 31 de julio y que estará ubicado en www.bt.com/btvision, y que permitirá la compra o alquiler desde la plataforma televisiva de BT Vision cuando BT lance, en otoño, sus servicios de televisión de última generación".⁵

El hecho de permitir los servicios de descarga a los clientes de BT Vision no sólo proporciona más opciones de elección y genera más ingresos, sino que también ofrece una gran oportunidad para comercializar productos a clientes que sólo utilizan el ordenador y acuden al servicio de BT para obtener contenido destinado únicamente a su visualización en ordenadores.

Mayores ingresos y eficiencia operativa

Finalmente, BT ha reconocido las ventajas que le proporcionan los DVR para ofrecer contenido de una forma más eficiente y administrar el ancho de banda de los clientes con eficacia. Por ejemplo, muchos clientes de BT Vision estarán en cierta forma limitados por el ancho de banda, ya que sólo disponen de velocidades de descarga de unos 2 Mb/s. Este ancho de banda sólo

⁵ "New independent video-on-demand deals for BT Vision" (en inglés): <http://www.btvision.bt.com/newsarticle-150806.aspx>

Distribución competitiva de la televisión a través de Internet (IPTV)

Cómo utiliza British Telecom las videograbadoras digitales (DVR) como pieza fundamental de su éxito en el sector televisivo



admitirá dos o tres canales de difusión simultáneos, de forma que BT permitirá la visualización de DVR en varias habitaciones mediante decodificadores sin DVR. Esto permite a los usuarios ubicados en otras habitaciones de la casa acceder al contenido del DVR, lo que les proporciona una enorme selección de *canales virtuales*.

Los servicios de vídeo a la carta es otra de las áreas en las que el DVR colabora con eficiencia. Si bien el VOD es otra de las ofertas imprescindibles que aportan comodidad y elección a los clientes, una implementación de VOD pura obliga a los operadores a disponer de una transmisión dedicada para cada una de las instancias de visualización. El uso del DVR para facilitar una implementación casi de VOD permite a los operadores ofrecer una multidifusión de contenido de VOD a un bloque de clientes. El DVR almacena el contenido en la unidad de disco duro y los clientes pueden disfrutar de él a su gusto, con todas las características y trucos estándar del DVR. El contenido descargado puede caducar una vez transcurrido el período de visualización prescrito o bien se puede ofrecer al cliente la posibilidad de adquirir el contenido, lo que a su vez ofrece una fuente de ingresos adicional.

¿Qué traerá el futuro?

Mientras las investigaciones revelan claramente la pasión que sienten los usuarios por sus DVR, existen otras posibilidades aún sin explotar por parte de los operadores para aprovechar la inversión en almacenamiento realizada en los DVR. La comunidad de usuarios hace tiempo que desea ver cómo se acorta la distancia entre los dispositivos de entretenimiento destinados al vídeo y otros dispositivos multimedia. El almacenamiento que permite el DVR podría utilizarse para almacenar y reproducir música, servir como plataforma para compartir y organizar fotografías digitales y películas caseras, e incluso proporcionar funciones básicas tradicionalmente reservadas para los ordenadores, como puede ser el correo electrónico, los juegos o la navegación por Internet.

A medida que se intensifica la competencia para los clientes y se amplían sus opciones, es de esperar que los operadores de servicios de difusión se centren más en los deseos de los clientes y apuesten por la innovación. Todo parece indicar que la pasión por el DVR continuará y será más intensa que nunca.

AMÉRICA Seagate Technology LLC 920 Disc Drive, Scotts Valley, California 95066, EE.UU., 831-438-6550
ASIA/PACÍFICO Seagate Technology International Ltd. 7000 Ang Mo Kio Avenue 5, Singapur 569877, 65-6485-3888
EUROPA, ORIENTE MEDIO Y ÁFRICA Seagate Technology SAS 130-136, rue de Silly, 92773, Boulogne-Billancourt Cedex, Francia, 33 1-4186 10 00

Copyright © 2006 Seagate Technology LLC. Reservados todos los derechos. Impreso en EE. UU. Seagate, Seagate Technology y el logotipo de Seagate son marcas comerciales registradas de Seagate Technology LLC. El resto de los nombres de productos son marcas comerciales registradas o marcas comerciales de sus respectivos propietarios. Un gigabyte (o GB) equivale a mil millones de bytes cuando se hace referencia a la capacidad de un disco duro. La capacidad disponible puede variar en función del entorno operativo y del formato. Seagate se reserva el derecho a modificar las ofertas o especificaciones de los productos sin previo aviso. CS507, septiembre de 2006