

# Whitepaper de Kaltura

Selección de un reproductor de video  
en el mundo digital actual

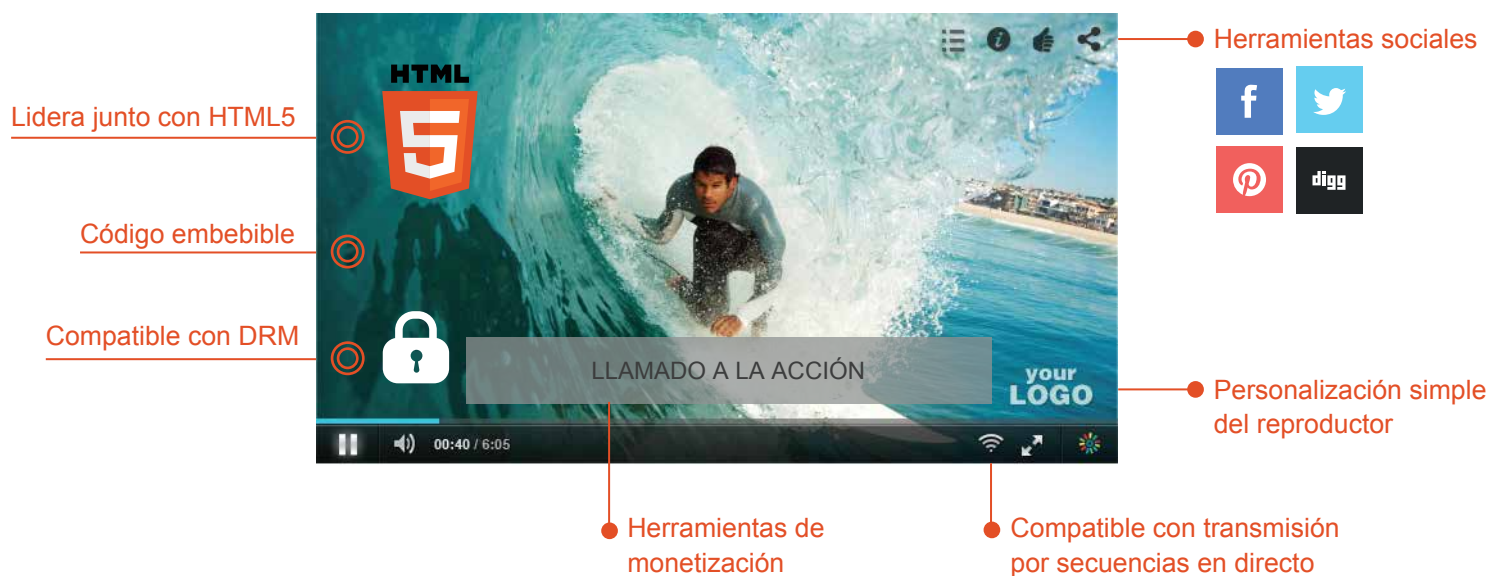
Diez preguntas que debe hacer a la hora  
de elegir un reproductor de video

## La importancia del reproductor de video

En este informe se ofrece una manera única de ver tu estrategia de video en línea. Esta estrategia, generalmente, consta de varias partes: contenido, imagen de marca, monetización, compromiso del usuario, capacidades sociales, etc. En este informe, revisamos todos estos elementos estratégicos a través de los lentes de la experiencia en reproductores de video. A pesar de que puede parecer obvio, presentar un reproductor de video potente con muchas características, rápido para cargarse y que responde en cualquier pantalla es la clave del éxito, y en muchos casos, se pasa por alto al implementar un video en línea.

Imaginemos el reproductor como una tienda tradicional: una hermosa vidriera, con una máscara distinguida, botones convenientes y bellas miniaturas que ayudan a atraer a los espectadores. Hacer clic en Reproducir es como ingresar caminando. Aquí es donde la tecnología del reproductor se enciende para ofrecer una experiencia de video sin complicaciones que causará impresión en el usuario, independientemente de su ubicación o dispositivo. Las capacidades del reproductor deben inspirar al usuario a actuar, basándose en las metas de la estrategia: mira más videos, haz clic en los anuncios, responde a una encuesta interactiva, sube contenido UGC o comparte tu contenido con el mundo.

Si se hizo correctamente, el reproductor será la encarnación de tu estrategia de video. Elegir una plataforma de video que maneje todo lo que necesitas, desde la consistencia a través de dispositivos hasta la compatibilidad con las reglas comerciales necesarias, fluye de manera natural desde los requisitos de esta estrategia. En este informe debatiremos las preguntas decisivas que debemos hacer al buscar la plataforma de video correcta para construir ese reproductor de video.



### 1. ¿Se puede ver mi video en cualquier reproductor?

Observa estos datos:

- En el 2010, las ventas de teléfonos inteligentes y tabletas superaron las ventas de computadoras personales.
- A finales del año 2015, las tabletas ya superarán a las computadoras personales.<sup>1</sup>
- Facebook informa que se visualizaron 3 mil millones de videos en su sitio por día, y alrededor del 65 % de los videos se visualizaron en un dispositivo móvil.<sup>2</sup>
- Alrededor de un tercio de los propietarios de consolas de juego las utilizan como dispositivos de reproducción de video.<sup>3</sup>
- Más de la mitad de las visualizaciones en YouTube se realizan en tabletas o teléfonos.<sup>4</sup>

Cuando se trata de video en línea, la proliferación de los dispositivos es aún más importante dados los distintos sistemas operativos móviles, decodificadores, televisores conectados y consolas de juegos. Todas tienen tamaños de pantalla diferentes y requieren de tecnologías de transcodificación diferentes. Además, la inserción de anuncios y tecnologías DRM requieren más de una tecnología para suministrar a todos los dispositivos en el mundo posterior a la computadora personal. Esta es la ventaja de utilizar una plataforma de video completa contra un reproductor simple. Para decirlo sencillamente, tu plataforma de video debe ser capaz de distribuir de manera consistente cualquier video a cualquier dispositivo en cualquier parte del mundo.

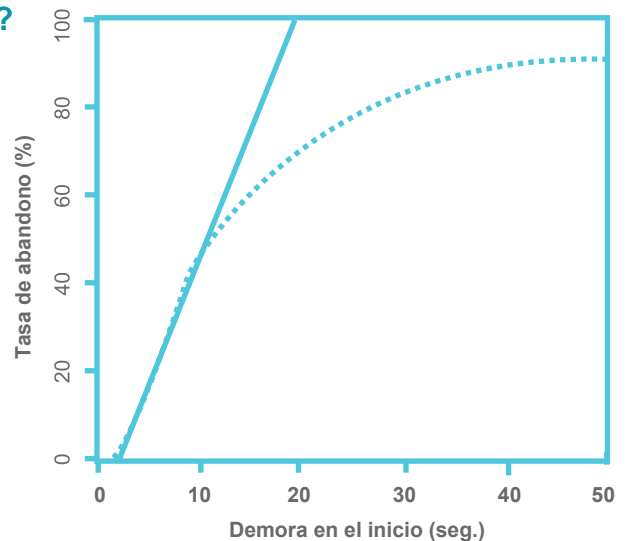
## 2. ¿Tu reproductor de video se carga rápidamente?

Puedes tener un reproductor avanzado con todos los elementos accesorios que muestra una biblioteca de contenido increíble. Sin embargo, si el reproductor se toma más de dos segundos en cargarse, nada importa. Una investigación reciente muestra que luego de dos segundos, los usuarios comienzan a perder la paciencia. Pasado ese punto, el incremento de 1 segundo de demora genera un incremento de un 5,8 % de la tasa de abandono.

Un reproductor de video confiable siempre se cargará rápidamente, aun cuando contenga una funcionalidad extendida, como una lista de reproducción. Al analizar diferentes reproductores es importante ponerlos a prueba en el contexto de una página HTML activa, donde generalmente existen muchos recursos que compiten y se cargan de manera simultánea.

Tu reproductor también debe ser lo suficientemente flexible para funcionar bien en casos de usos diferentes. Por ejemplo, tal vez quieras insertar más de un reproductor en la misma página.

¿Cómo puedes garantizar que todos los reproductores se cargan rápidamente? Esto se lleva a cabo utilizando diferentes códigos para insertar que se generan en la plataforma de video del reproductor. Los mismos códigos para insertar también deben ser compatibles con características adicionales como diseño web receptivo para los espectadores que utilizan dispositivos móviles y optimización del motor de búsqueda (SEO). En el contexto de video, la SEO ayuda a los motores de búsqueda a indexar la página web incluido el contenido de video. De esta manera, el motor de búsqueda puede mostrar tu página como contenido de video, y recibes ubicaciones valiosas en los resultados de la búsqueda.



Los espectadores comienzan a abandonar el video si la demora de inicio excede unos 2 segundos. Después de ese punto, el incremento de 1 segundo de demora genera un incremento de un 5,8 % de la tasa de abandono. Fuente: [http://people.cs.umass.edu/~ramesh/Site/HOME\\_files/imc208-krishnan.pdf](http://people.cs.umass.edu/~ramesh/Site/HOME_files/imc208-krishnan.pdf)

## 3. ¿El reproductor lidera con HTML5?

Al principio era necesario Flash, la tecnología familiar propietaria de Adobe que introdujo el video en línea para las masas en el año 2006, ya que HTML no era compatible con el video de manera nativa. HTML5 cambió eso y agrega compatibilidad multimedia a la especificación.

Actualmente, estamos en un período de transición en el que HTML5 reemplaza cada vez más la tecnología Flash. HTML5 ofrece dos ventajas importantes sobre el antiguo Flash: la compatibilidad con dispositivos móviles y el marcado semántico que posibilita determinar el significado además de la apariencia a partir del código del sitio web. Esto habilita funciones tan variadas como compras e interacción basadas en móviles, anuncios basados en la ubicación y una mejor SEO. Aplicado específicamente al video, HTML5 incluye por primera vez la etiqueta <video>, que especifica una forma estándar para insertar videos en una página web sin los complementos necesarios. A medida que ingresamos en el mundo de HTML5, tus espectadores no necesitarán depender de complementos como Flash o Silverlight, lo que significa que el mismo reproductor de video se podrá cargar fácilmente en una computadora personal, en un teléfono celular o en una tableta. La Interactive Advertising Board; respaldada por publicadores y agencias de publicidad que incluyen a AOL, Forbes, Google, The New York Times y Wall Street Journal; recientemente emitieron un comunicado abierto en el que recomiendan a los vendedores utilizar HTML5 en todos los anuncios para móviles. Sin embargo, a pesar de que se eliminó efectivamente la tecnología Flash en el mercado de los dispositivos móviles, las computadoras personales continúan rezagadas y requieren reproductores de video con compatibilidad con tecnología Flash.

HTML5 no es el único estándar importante que necesita considerarse. MPEG-DASH es un estándar para la transmisión de secuencias adaptativa en HTTP que asegura la reproducción continua con una experiencia óptima incluso si fluctúa el ancho de banda. Estandarizar la velocidad de bits adaptativa (ABR) ayuda a mantener una reproducción de calidad además de brindar más control sobre Redes de entrega de contenido (CDN). Otro estándar clave que debemos conocer es la Combinación de cifrado común (CENC), que estandariza el cifrado utilizado para los sistemas de Administración de derechos digitales (DRM). Tener un reproductor que considere estos nuevos estándares asegurará que tu estrategia se mantenga actualizada, como veremos más adelante en la pregunta 6.

Garantiza que tu estrategia funcione en el futuro y asegúrate de contar con igualdad de características eligiendo una plataforma que garantice una mejora constante con HTML5 y que sea compatible con futuros códecs y protocolos de video tales como H.265 y MPEG-DASH. Esto te da la tranquilidad de que, a medida que surjan nuevas tecnologías, estas se agregarán automáticamente a tus reproductores en HTML5.

#### 4. ¿Personalizarás de igual manera el trabajo del reproductor en todos los dispositivos?

Del mismo modo en que cualquier video que produces debe ser una parte esencial del enfoque de tu contenido y marketing, el reproductor debe estar bien alineado con tu marca. Es importante recordar el contexto donde se insertará el reproductor:

**En tu sitio web:** el caso de uso más común es tener el reproductor en el sitio web de la empresa. Para esto, quieres que el reproductor incluya los colores y las fuentes que combinan con la apariencia y aspecto de la marca. Esta es una razón para optar por una plataforma de video profesional en lugar de una solución gratuita. Un reproductor gratuito a menudo se verá diferente de otros aspectos del sitio de la empresa y puede ser difícil de personalizar. Esto se compara con el uso de un tema genérico de WordPress para el sitio web de la empresa. Estas inconsistencias gráficas no se reflejan bien en la marca, y los usuarios pueden dudar de tu profesionalidad. Esto es especialmente cierto para las empresas donde el video es una parte importante de su estrategia en línea.

**Fuera de tu sitio:** otro caso de uso de los reproductores de video es insertarlos en otros sitios web. Desde el punto de vista de marketing y monetización, quieres que tus videos sean virales. Así que es importante asegurar que, cuando lo sean, también promocionen la marca y orienten el tráfico a tu sitio. Esto puede lograrse utilizando algunas características: un logo interactivo, una marca de agua en el video, un logo animado (video de anuncios secundarios), una galería de “videos relacionados”, reproducción automática de un nuevo video siguiente y más.

Para optimizar el reproductor para ambos escenarios, se necesita de la personalización. Las plataformas de videos robustas ofrecen un estudio de reproductor que permite cambios sencillos a la funcionalidad del reproductor, y a la apariencia y aspecto. Cuanto más puedas hacer utilizando una interfaz sencilla de WYSIWYG (obienes lo que ves), mejor. Sin embargo, aquellos que necesiten ejecutar una personalización más profunda deben tener la opción, no solo de guardar los cambios del reproductor en el servidor, sino también cambiar dinámicamente los aspectos de este a nivel del código para insertar donde sea necesario. Recuerda que, en el estado actual de la web, necesitarás dos versiones de cada reproductor: Flash, HTML5, Android y iOS nativo. Las plataformas de reproductores más destacadas como Kaltura te permiten usar una sola configuración y máscara para todas las plataformas principales en toda la web y nativa.

Una vez personalizado, querrás asegurarte de que el reproductor se desempeña consistentemente en todos los dispositivos. Esto incluye no solo las personalizaciones obvias como los colores de la marca y la funcionalidad de compartir, sino también complementos del reproductor adicionales como conectividad de red de anuncios y análisis. En la era posterior a la PC, tu reproductor funcionará en varios dispositivos, y debes ser capaz de monetizar y rastrear el desempeño en todas partes.

#### 5. ¿Cómo aumenta el reproductor la monetización?

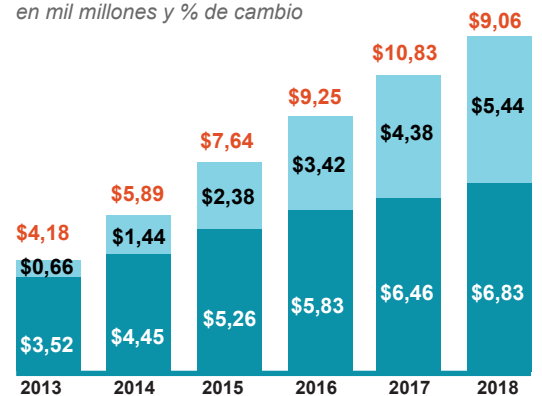
El marketing de gastos en anuncios digitales crece rápidamente, y su crecimiento se proyecta de \$7,64 mil millones este año a \$12,27 mil millones en 2018. Para aprovechar esta tendencia es de suma importancia que tu reproductor de video ofrezca una entrega de anuncios sin complicaciones para cualquier dispositivo.

Algunos publicadores utilizan soluciones gratuitas como YouTube para monetizar su contenido. Debido al alto tráfico, estos sitios definitivamente deben servir como canales distribuidores, pero deben ser canales secundarios. Mientras que YouTube puede compartir algo de los ingresos con el publicador original, a menudo es mucho menos de lo que una red de anuncios pagaría directamente por un contenido de video en línea profesional y bien organizado.

Monetizar tu contenido independientemente también concuerda con tu estrategia de marca. Como se menciona anteriormente, los publicadores deben crear una experiencia de tienda integrada. Tal enfoque permite promocionar entre mercados los productos y atraer una monetización de primera calidad. Piénsalo como un nombre de marca como Starbucks. Si venden su mercancía únicamente a Wal-Mart, la marca sería inmediatamente imposible de reconocer. Por esa razón, Starbucks se esforzó en aumentar las ventas únicamente en sus tiendas diseñadas cuidadosamente.

#### Gastos de anuncios en video digital en los EE. UU., móvil y en línea, 2013 a 2018

en mil millones y % de cambio



% de cambio

Categoría	2013	2014	2015	2016	2017	2018
En línea	33,1 %	26,4 %	18,1 %	10,9 %	10,8 %	5,9 %
Móvil	169 %	119 %	65,8 %	43,8 %	27,8 %	24,2 %
Total	44,5 %	41 %	29,7 %	21,1 %	17,1 %	13,3 %

*Nota: los gastos en anuncios en tabletas se incluyen en móvil; gastos en anuncios en computadoras de escritorio y portátiles se incluye en línea; los números pueden no coincidir con el total debido al redondeo. Fuente: eMarketer, 2014*

Las tecnologías de video en línea presentan una gran oportunidad para los publicadores de contenido ya que se considera a los espectadores un público muy comprometido. Los más populares son los pre-rolls (anuncios que aparecen antes del video) y mid-rolls (anuncios que aparecen a la mitad del video). Es importante tener un reproductor que sea compatible con las dos opciones. Se consideran a los mid-rolls mucho más útiles con una frecuencia de finalización del 87 %. Según algunos estudios, los anuncios mid-roll se desempeñan casi un 30 % mejor que los pre-rolls.

La mayoría de los sitios utilizan redes de anuncios que los conecten con los anunciantes. Las redes de anuncios facilitan la transacción y simplifican el proceso de entrega del anuncio. La plataforma de video debe ofrecer soporte listo para las principales redes de anuncios (Tremor Video, Google DoubleClick, FreeWheel), pero también debe ser capaz de conectarse con cualquier red de anuncios VAST (LiveRail). Al utilizar VAST (Video Ad Serving Template), es importante que tu reproductor te permita aprovechar todas las características de VAST como anuncios lineales, anuncios no lineales y anuncios lineales que pueden entregarse. Además, tu reproductor debe permitirte personalizar esa experiencia con herramientas avanzadas como segmentación de anuncios basándose en los metadatos de contenido, límites de frecuencia e intervalos de anuncios en sesión cruzada.

La capacidad de reproducir anuncios en dispositivos móviles es esencial. Cisco5 estima que el 75 % del tráfico de datos móviles del mundo será video para el año 2019. En la actualidad, ya representa más del 55 %. Sin embargo, el móvil no es el único desafío de entrega. Los dispositivos “cerrados” como las consolas de juegos y los televisores conectados son más difíciles de fijar como objetivo, especialmente con anuncios mid-roll.

Existen dos tecnologías que dan servicios de anuncios que pueden utilizarse para aumentar la entrega de anuncios: reproductor nativo y grapado de anuncio del lado del servidor.

La entrega del **reproductor nativo** es una tecnología en que, al hacer clic en el reproductor, se genera una “llamada” activa para el anuncio. Esto requiere que el reproductor se comuniquen con un servidor de anuncios y, una vez que se da servicio al anuncio, vuelve a cambiarse al video solicitado. Esto es un proceso bastante sofisticado que requiere de una integración profunda con el dispositivo. Con un reproductor nativo, pueden utilizarse las técnicas de monetización sofisticadas: fijar como objetivo, llamada a la acción interactiva y control sobre la omisión. Esta técnica funciona bien con equipos de escritorio, navegadores de los dispositivos de Apple, y aplicaciones nativas para iOS y las nuevas versiones de Android. Sin embargo, es mucho más desafiante hacerlo con dispositivos conectados como Apple TV, Roku, consolas de juegos y televisores inteligentes.

**Inserción del lado del servidor** (también conocido como anuncios basados en servidor) puede simplificar las integraciones, utilizarse en una amplia variedad de dispositivos y proporcionar una experiencia más similar a un programa. En lugar de incorporarse con el código de integración del reproductor, el anuncio, se “inserta” al mismo archivo de video, entonces siempre que el dispositivo reproduzca el video, también reproducirá el anuncio. Los botones de omisión, anuncios interactivos y acompañantes pueden necesitar integración adicional pero, una vez integrados, proporcionan lo mejor de los dos mundos con alto índice de reproducción de anuncios junto con la interacción y señalización del lado del cliente para la validación del usuario. El engrapado de anuncios puede utilizarse para casi cualquier dispositivo: la mayoría de los navegadores de Android, consolas de juegos, televisores conectados, Chromecast y aplicaciones móviles de agregación de video. También sortean los bloqueadores de anuncios. Para aumentar la monetización, una plataforma de video idealmente debe ser capaz de manejar ambas técnicas e incluir modos híbridos para aprovechar los dos métodos, y así optimizar tu estrategia de monetización de video y la experiencia de visualización a través de las plataformas.

## 6. ¿Cómo maneja el reproductor la protección de contenido?

La tecnología de transmisión revolucionó la forma de distribuir videos en línea. Sin embargo, también introdujo nuevas preocupaciones y riesgos, especialmente en áreas como administración de derechos y seguridad. Diferentes tipos de contenido pueden tener diferentes restricciones legales (por ejemplo, la ubicación del espectador o el período de tiempo específico en que el video puede hacerse público). Además, una vez que el video se publica, puede requerir otra capa de protección para asegurar que los usuarios simplemente no descarguen el archivo transmitido. Esto se lleva a cabo utilizando la tecnología DRM (administración digital de derechos) que cifra el contenido o agrega una marca de agua digital, así el video no puede distribuirse sin autorización. Dar servicio a contenido de primera calidad requiere de un robusto sistema DRM.

Gran parte de las configuraciones de control de acceso y protocolos de protección DRM se ajustan a nivel del reproductor. Esto habilita la flexibilidad máxima del publicador en un rango amplio de restricciones y políticas. Una plataforma robusta de video permitirá crear un rango de reproductores para hacer cumplir estos requisitos diferentes para varios tipos de video. Mientras todos los reproductores pueden verse similares, tras bambalinas pueden ajustarse para hacer cumplir los perfiles de control de acceso característicos. Por ejemplo, bloquear el acceso a usuarios de países específicos; un requisito crucial para los publicadores que hacen planes a escala global. Otro ejemplo es ofrecer episodios gratuitos en sitios de video bajo demanda y con la opción de reproducir el programa completo sin tener que recargar la página luego de recibir el pago.

Surgieron nuevas complicaciones recientemente, ya que algunas de las soluciones anteriores no serán compatibles en el futuro. Algunos de los complementos utilizados comúnmente para video han sido Silverlight, PlayReady y WideVine. En abril de 2015, Google deshabilitará la interfaz que permite a Silverlight y PlayReady funcionar en su popular navegador Chrome. Mientras tanto, nuevos estándares para HTML5; entrega DASH y Common Media Encryption (CENC); se establecieron, que no son compatibles con las soluciones de reproducción existentes y requieren una migración. Finalmente, Firefox lanzó su peso tras CDM de Adobe. Todo esto se reduce a que las soluciones DRM que emplearon previamente la mayoría de las plataformas de video estén en proceso de ser reemplazadas. Para garantizar el soporte para DRM continuado, es fundamental elegir una plataforma de video que considere estos cambios en el entorno.

Los propietarios de contenido deben buscar superar este problema con un puente de doble sentido para las transmisiones nuevas y antiguas, y los sistemas de protección de contenido. Esto significa que el reproductor de video debe reproducir contenido heredado y protegido de transmisión sin complicaciones en los nuevos navegadores HTML5 y reproducir contenido protegido por DASH en los navegadores antiguos mediante complementos. Cuando los publicadores puedan confiar en sus reproductores para que manejen automáticamente los protocolos de entrega múltiples a través de los dispositivos, se pueden enfocar en la estrategia: adquisición de contenido, experiencia de la marca y construcción inteligencia alrededor de cómo sus usuarios interactúan con su contenido. Un buen reproductor de video se adaptará para asegurar que los publicadores no están forzados a alterar su estrategia solamente para encargarse de las diferencias en los protocolos de entrega a través de las diferentes plataformas.

## 7. ¿El reproductor de video puede integrarse fácilmente con mi aplicación móvil nativa?

Los dispositivos móviles se optimizan para proporcionar una experiencia de video suprema y a menudo se conectan con una de las principales tiendas en línea (iTunes, Google Play y Amazon Instant Video). Las aplicaciones pueden ofrecer una experiencia del usuario superior en muchos dispositivos, porque no están restringidas por ninguna limitación de reproducción web y permiten el control completo sobre la experiencia de reproducción. Al crear una aplicación móvil nativa, cualquier publicador puede alcanzar un mayor público y aumentar su potencial de monetización. Las aplicaciones pueden venderse pero la mayoría de los publicadores prefieren ofrecerlas de forma gratuita y cobrar por el contenido vendiéndolo a la carta u ofreciendo un plan de suscripción. En algunos casos, el objetivo principal del publicador es promocionar una marca y su aplicación será completamente gratuita.

Independientemente de la estrategia, desarrollar una aplicación de video móvil nativa generalmente es un intento caro que requiere mucho tiempo y múltiples versiones (iOS, Android, Windows Phone, etc.). El desarrollo puede acelerarse si tu plataforma de video online proporciona un SDK móvil de una aplicación de referencia. Un plano para una aplicación de video móvil podría ahorrar muchos recursos y reducir radicalmente los costos y el tiempo al mercado.

Además un SDK móvil desarrollado por la plataforma de video puede proporcionar un componente de reproductor que active tu misma configuración Flash y HTML5 para pasarse a la experiencia de la plataforma nativa. Esto asegurará que todos los análisis estén registrados correctamente así pueden mantener un registro del desempeño de los videos a través de todos los dispositivos. Idealmente, el mismo SDK incluirá soporte para DRM para poder monetizar los videos protegidos por derechos de autor.

## 8. ¿Cuán pormenorizado es el panel de análisis del reproductor?

La medición de desempeño es clave. Las plataformas de video en línea ofrecen herramientas que proporcionan información sobre cualquier aspecto del consumo del video. De hecho, debido a la naturaleza de la web, el análisis de video en línea es más útil que las herramientas de los canales tradicionales para medir la teleaudiencia y optimizar el desempeño del contenido.

En pocas palabras: cuanta más información obtengas, mejor. Las principales plataformas de video en línea deben ser capaces de rastrear las visualizaciones además de mostrar la razón de impresión y calcular la disminución de visualización promedio. Estos indicadores de desempeño clave (KPI) son extremadamente útiles para rastrear el desempeño. Las mediciones adicionales pueden incluir geolocalización e informes del dispositivo, que proporcionan datos de valor acerca de dónde y cómo se miran los videos.

Toda esta información se recolecta en el nivel del reproductor. Los reproductores avanzados también ofrecen integración con los servicios de análisis robustos (Google Analytics y Akamai Analytics) para que puedas integrar eventos de video fácilmente en tus objetivos de rastreo generales y servicios existentes.

Si utilizas un portal de video autenticado que está bien integrado con un proveedor de video, el análisis estudiará a fondo hasta el nivel del usuario final. Los análisis de usuario muy pormenorizados pueden utilizarse para generar un entendimiento profundo sobre cómo el consumo de video mejora el aprendizaje (en un entorno universitario) o la productividad (en un entorno empresarial).

El mismo panel de análisis también debe permitirte mantener un registro de los costos como banda ancha y almacenamiento. También debes ser capaz de monitorizar tu calidad de servicio (QoS) como la velocidad de bits promedio para asegurar que los espectadores reciban una experiencia de calidad. (Esto es especialmente crítico para los eventos en vivo, así sabes si se recibe la secuencia en una calidad aceptable.) Analizar esta información junto con los datos de consumo y los informes de monetización te permitirá ver claramente el ROI, y evaluar la estrategia de video y retocarla ligeramente en el proceso.

## 9. ¿Cómo ayuda el reproductor a expandir mi huella social?

Cualquiera que conozca el desafío del balde de agua helada para ELA, una serie de videos virales que recaudó \$115 millones de dólares en donaciones, comprende el poder del video para difundir un mensaje.<sup>6</sup> Hacer que tus videos se conviertan en “virales” depende mucho de la facilidad que tengan los espectadores para compartirlo. La funcionalidad del reproductor de video y de la IU puede marcar una gran diferencia.

Un reproductor de video ideal permitirá compartir el video en tantas redes sociales como sea posible. Ninguna red es demasiado pequeña. Pero la integración sin complicaciones con los monstruos como Facebook y Twitter es particularmente clave. Tanto Twitter como Facebook requieren de una lista de aprobación. Además, no siempre son compatibles con HTML5, entonces tu reproductor también necesitará ser capaz de cambiar dinámicamente a Flash. (En marzo de 2015, Kaltura se convirtió en una de las primeras plataformas habilitadas para la compatibilidad con el nuevo HTML5 de Facebook.) Sin embargo, mostrar el video en el muro propio o fuente es solamente el primer paso. También querrás que el usuario sea capaz de visualizar el contenido inmediatamente (en el muro o en una fuente) sin dar el paso extra de abrir una nueva pestaña en el navegador. Siempre recuerda que la simplicidad y la facilidad de uso son claves para alcanzar a las masas.

## 10. ¿Puedo utilizar el reproductor para eventos de secuencias en directo?

En agosto de 2014, la adquisición por parte de Amazon de Twitch, sitio de transmisión en video enfocado a los juegos, por \$970 millones simplemente enfatizó la tendencia: la transmisión en vivo es grande. FreeWheel7 informó el 201 % de crecimiento anual en visualizaciones de anuncios en vivo en 2014, ABC transmitió en vivo los Academy Awards y la NFL anunció su intención de transmitir exclusivamente un partido por primera vez en la temporada de 2015. Los eventos en vivo pueden ser una solución milagrosa para expandir tu alcance y monetización. Históricamente, los eventos en vivo atrajeron más visualizaciones que el video bajo demanda y representó un compromiso mucho mayor. Como resultado, la proporción de clics (CTR) que generan los reproductores con el contenido en vivo también es alta. Al mismo tiempo, los espectadores esperan más del reproductor cuando miran eventos en vivo. Investigaciones anteriores mostraron que los espectadores son mucho menos tolerantes a los problemas de búfer al mirar eventos en vivo. Asimismo, cuanto más alta sea la calidad de la secuencia de video, la sesión de visualización promedio será más larga. Otra característica importante alrededor de los eventos en vivo es la capacidad de indexarlos y ofrecerlos para visualización en video bajo demanda tan rápido como sea posible. Si se hace de manera efectiva, esto puede aumentar el contenido potencial aumentando la teleaudiencia y los ingresos. De manera ideal, el reproductor de video en vivo reproducirá en cualquier dispositivo, tendrá la misma apariencia y aspecto, y ofrecerá el mismo nivel de DRM con contenido de video bajo demanda.

## Conclusión

La tecnología de video en línea representa una gran oportunidad para los publicadores. Sin embargo, con tanto cambio e innovación, también llega la complejidad. Investigar los distintos escenarios de uso del reproductor de video es una buena práctica al formar una estrategia de video enfocada y decidir entre las características importantes y las que son agradables de tener.

Una de las mejores formas para abordar muchos de estos problemas es elegir una plataforma de video completa en lugar de un simple reproductor. Una plataforma de video completa debe ofrecer consistencia a través de los dispositivos, flexibilidad con diferentes herramientas de monetización e integración con las redes de anuncios, plataformas sociales y análisis que aseguran una experiencia del espectador de calidad.

Compilamos esta lista de verificación de utilidad para ayudar en tu proceso de decisión. Si deseas obtener más información acerca de los principales reproductores de video líderes del mercado de Kaltura, visita <http://player.kaltura.com/>

## Capacidades del reproductor que debes buscar al seleccionar una solución de video en línea

	NECESIDAD DE LA EMPRESA	TECNOLOGÍA
<input type="checkbox"/>	Entrega a cualquier dispositivo	Reproductores Flash y HTML5, compatibles con múltiples opciones de transmisión
<input type="checkbox"/>	Carga de reproducción rápida	Reproductores Chromeless de HTML5 y Flash, códigos para insertar dinámicos
<input type="checkbox"/>	Líder junto con HTML5	Reproductor HTML5 potente
<input type="checkbox"/>	Personalización simple del reproductor	Igualdad de características para HTML5, Flash, Android e iOS, personaliza todos los tipos de reproductores con JSON/HTML/CSS único.
<input type="checkbox"/>	Monetización optimizada	Reproductor compatible con VAST, conector de distribución de YouTube
<input type="checkbox"/>	Protección del contenido	HTML5, DASH, CENC, Adobe CDM; Geo y bloqueo de IP
<input type="checkbox"/>	Aplicación móvil de la marca	SDK móvil, aplicación nativa de forma diferente
<input type="checkbox"/>	Análisis pormenorizado	Panel de análisis detallado, complementos de análisis de terceros
<input type="checkbox"/>	Aumento de la huella social	Complemento para compartir de forma diferente, biblioteca JS bien documentada
<input type="checkbox"/>	Transmisión en vivo	Soporte para plataforma cruzada, CDN potente para asegurar que no haya problemas de búfer

## Acerca de Kaltura

La misión de Kaltura es impulsar cualquier experiencia de video. Un líder reconocido en los mercados de OTT TV (Over-the-top TV), OVP (Plataforma de video en línea), EdVP (Plataforma de video para la educación) y EVP (Plataforma de video para la empresa), Kaltura surgió como la plataforma de video de más rápido crecimiento y como la única con caso de uso más amplio y atractivo. Kaltura se despliega en todo el mundo en miles de firmas, empresas de multimedia, proveedores de servicios e instituciones educativas, e involucra a cientos de millones de espectadores en sus hogares, en el trabajo y en la escuela. La empresa está comprometida con sus valores centrales: apertura, flexibilidad y colaboración, y es el iniciador y promotor del proyecto líder de gestión de video de código abierto, que es la cuna de más de 100.000 miembros de la comunidad. Para obtener más información, visite [www.kaltura.com](http://www.kaltura.com), [www.kaltura.org](http://www.kaltura.org), o [www.html5video.org](http://www.html5video.org).

### Oficinas centrales de Kaltura

#### América del Norte

250 Park Ave S, 10th Fl | Nueva York, NY, 10003,  
Estados Unidos  
Tel.: +1 800 871 5224

#### América Latina

Av. Nova Independencia 1061 - Brooklin  
San Pablo, 045701-001, Brasil  
Tel.: +55 11 3589 2181

#### Europa

4th Floor, Northumberland House | 303-306 High  
Holburn | Londres, WC1V 7JZ, Reino Unido  
Tel.: +44 (0) 203 475 8313

#### Asia-Pacífico

8 Shenton Way, #05-02 AXA Tower  
Singapur, 068811

[www.kaltura.com](http://www.kaltura.com) | [sales@kaltura.com](mailto:sales@kaltura.com)

- <http://www.extremetech.com/computing/185937-in-2015-tablet-sales-will-finally-surpass-pcs-fulfilling-steve-jobs-post-pc-prophecy>
- <http://techcrunch.com/2015/01/28/facebook-now-has-3b-video-views-per-day/>
- <http://www.businessinsider.com/video-game-consoles-are-dominating-the-market-for-internet-enabled-tvs-2014-6>
- <http://www.theverge.com/2014/10/28/7080917/half-of-youtubes-views-now-come-from-phones-and-tablets>
- [http://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/white\\_paper\\_c11-520862.html](http://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/white_paper_c11-520862.html)
- <http://www.alsa.org/fight-als/ice-bucket-challenge.html>
- [http://www.iab.net/media/file/Q2\\_2014\\_FreeWheel\\_Video\\_Monetization\\_Report.pdf](http://www.iab.net/media/file/Q2_2014_FreeWheel_Video_Monetization_Report.pdf)