

## La televisión por Internet llega a la sala de estar

Pablo Salvador  
Expansión  
08/07/05



**Esta nueva tecnología permite a los usuarios integrar Internet, telefonía y televisión en un único dispositivo y en una sola factura. Telefónica y Auna ya ofrecen este servicio.**

Telefónica ya no está sola en el mercado español de la televisión a través de Internet (TVIP). Auna acaba de lanzar su propio paquete de teléfono, Internet y televisión a través de ADSL; se espera que Jazztel haga lo propio en el mes de diciembre; y Wanadoo ha anunciado que probará su servicio a principios del año que viene.

En la actualidad, coexisten diversos medios para distribuir los contenidos (*broadcast*) de televisión, incluyendo tanto versiones analógicas como digitales: televisión terrestre, televisión satelital y televisión por cable. La televisión terrestre es el método tradicional de entrega de señal de difusión de televisión, por ondas de radio transmitidas por el espacio abierto. La televisión satelital es aquella entregada por vía de satélites localizados a miles de kilómetros por encima de la superficie de la tierra. Finalmente, la televisión por cable es un modo de proveer televisión vía ondas de radio transmitidas directamente a los televisores por cable coaxial.

La televisión a través de Internet, lo último en difusión de televisión, traduce películas y señales de televisión a un formato que puede ser transportado sobre líneas telefónicas y de transmisión de datos. Así, los operadores han visto en la TVIP un nuevo filón para incrementar los beneficios que obtiene de cada uno de sus clientes (ARPU), que en los últimos años ha ido cayendo progresivamente.

La tecnología TVIP comporta varias ventajas. Tal vez la más importante, aunque compartida con las operadoras de cable, sea que permite integrar tres servicios (Internet, telefonía y TV, lo que en inglés se conoce como *triple-play*) en una única factura.

Otra ventaja es su fácil utilización, ya que con un mando a distancia y la ayuda de la pantalla se puede seleccionar el contenido fácilmente. Además, no necesita instalación exterior, ya que se recibe a través de la línea de teléfono habitual.

Otra de las novedades de los servicios de TVIP es el vídeo bajo demanda, que permite acceder a algunos contenidos de pago en cualquier momento y disfrutar de los mismos durante un período de 24 horas. El usuario puede detener y rebobinar las películas como si se tratase de un vídeo o DVD.

Por último, se puede disfrutar de un acceso de banda ancha a Internet desde un ordenador y también desde un televisor.

Sin embargo, el despliegue de dicha tecnología también presenta algunas dificultades. Por una parte, es necesario que la línea telefónica soporte la tecnología TVIP, por lo que no todas las líneas ADSL pueden disfrutar de este servicio. Por otra parte, también es necesario el uso de descodificadores, lo cual encarece la oferta final.

En Europa, el uso de esta tecnología está bastante extendido, sobre todo en países como Italia, Bélgica, Francia y en los países Nórdicos. La primera operadora de telefonía en ofrecer TVIP fue la italiana e.Biscom, creada en Milán en septiembre de 1999 y que actualmente cuenta con una cartera de más de 500.000 clientes.

En España, todavía son pocos los usuarios que ven en sus televisores contenidos audiovisuales transmitidos a través de las líneas ADSL. El servicio de Telefónica, Imagenio, opera desde 2004 y cuenta con 45.000 usuarios, aunque la compañía espera estar presente en todas las provincias españolas este mes de julio y alcanzar los 200.000 clientes a final de año. Para 2008, prevé disponer de un millón de abonados.

Imagenio ofrece televisión y audio digital, Internet de banda ancha en TV y ordenador y vídeo bajo demanda, todo a través de su línea telefónica habitual mediante tecnología ADSL. El paquete lanzado por Auna – que empezará su despliegue en aquellas zonas donde todavía no ha llegado su red de cable— es similar al de Telefónica, aunque ofrece un servicio adicional: el grabador de programas. Este servicio permite grabar un programa y almacenarlo en un repositorio de Auna para verlo en cualquier momento.

Sin duda, este es un mercado muy atractivo para las operadoras de telefonía, para quienes supone una oportunidad de competir con la oferta de las empresas de cable, especialmente en un contexto en el que los usuarios destinan cada vez más presupuesto a las telecomunicaciones. La competencia, sin duda, redundará en menores precios para los clientes así como también en una mejor calidad de los servicios.

### **¿Qué factores deben potenciar las operadoras para hacerse con el mercado de televisión a través de IP?**

#### **Competencia difícil de distinguir**

##### **Josep Valor, profesor del IESE**

La competencia entre las operadoras de telecomunicaciones se ha extendido a los servicios de telecomunicaciones. Así, tres nuevas ofertas competirán con el servicio Imagenio de Telefónica antes de fin de año.

Desafortunadamente, todos los operadores usarán prácticamente la misma infraestructura de transporte: Auna, Wanadoo y Jazztel utilizarán parte de la red de Telefónica y, aunque se apoyen en proveedores de tecnología diferente, su servicio será difícil de distinguir. Por ello, se van a encontrar con una situación comparable al mercado del ADSL, una competencia en precio implacable. Ante este panorama de *comoditización*, unos contenidos atractivos (en especial ficción y eventos deportivos) y en exclusiva son la única fórmula para generar ventajas competitivas sobre los rivales. Sin embargo, las operadoras de TVIP lo tienen difícil para hacerse con contenidos en exclusiva. Por una parte, en España el fútbol se ha declarado ‘de interés general’ y algunos partidos deben emitirse también en canales en abierto. Por otro, los proveedores de contenidos no dudan en cerrar contratos con más de una plataforma para llegar al mayor número de usuarios posible. En conclusión, será difícil que las operadoras consigan con la distribución de contenidos de terceros y con infraestructura similar romper la caída de márgenes a la que están sujetas.

## **La innovación es la clave del éxito**

**Sebastián Muriel, Senior Manager de PricewaterhouseCoopers**

La aparición de la televisión sobre IP (TVIP), como complemento a la telefonía mediante voz sobre IP (VoIP), supone la respuesta natural de las operadoras a la principal demanda del cliente de mayor comodidad y menor coste.

En un entorno de oferta conjunta de tres servicios en una sola factura (*triple-play*), las operadoras se ven obligadas a buscar fórmulas con las que diferenciarse de sus rivales. Una vez más, la clave para competir pasa por los contenidos, y por la necesaria innovación en el lanzamiento de servicios y aplicaciones adecuadamente alineados con el valor que el cliente tiene para la operadora, en base a sus hábitos y niveles de consumo. En definitiva, hay que entender qué quiere el cliente hoy, y qué va a demandar en el futuro. Esto permitirá a las operadoras segmentar y aplicar diferentes esquemas de facturación personalizados ya que, en general, la tendencia no va a ser un incremento del gasto mensual en telecomunicaciones por parte de los clientes. Además, el tiempo del que el usuario dispone para ver la TV sigue siendo finito, por lo que es necesario pelear por su atención. La abundante oferta favorecerá, sin duda, las opciones de consumo bajo demanda.