La televisión IP de Imagenio compite con Jazztelia y el cable de ONO

Mientras Telefónica cerró el año 2005 con 200.000 clientes de sus paquetes de televisión a la carta, acceso a Internet y voz con tarifa plana, a través del ADSL, Jazztel lanza ofertas similares. Ambos compiten con el *video on demand* que incorporó ONO a sus paquetes de *triple play*, y que están llegando a casi toda España con la incorporación de la red de cable de AUNA.

La televisión digital protagoniza un invierno muy caliente. Los hogares españoles reciben Televisión Digital Terrestre (TDT) por sus antenas, y múltiples ofertas de paquetes de televisión con tarifa plana de voz y acceso a Internet, por la red de cable de ONO (www.ono.es), así como por el ADSL de Telefónica (www.telefonica.es) y de Jazztel (www.jazztel.com). La televisión será el motor para que los hogares españoles se integren en la Sociedad de la Información, a través de los servicios interactivos de Internet que reciben en su televisor y manejan con el mando a distancia. El usuario no distingue entre la oferta de televisión por cable o televisión IP por ADSL, pues todo llega a su casa a través de lo que, para él, es el hilo del teléfono.

La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (www.cmt.es) encendió el pasado mes de mayo la luz verde a ocho ofertas de paquetes de Telefónica, que mezclan 40 programas de televisión a la carta, con voz y acceso a Internet en tarifa plana con distintas modalidades y franjas horarias. El operador conseguía el ansiado *triple play* para su oferta de ADSL, con el que podía competir con los ya ofrecidos por las ofertas de cable de ONO (www.ono.es) y de AUNA Telecomunicaciones. Todos a un precio que rondaba la horquilla de los 40 a los 60 euros.

Fundación Telefónica
Telefónica

Desde entonces, el panorama ha dado un giro de 180 grados. Tras un otoño muy caliente, Telefónica de España cumplió las previsiones y cerró el año rondando los 200.000 clientes para su oferta de televisión IP, Imagenio, ayudada por una fuerte campaña de promoción nacional. «Hemos sido la primera plataforma de televisión en ofrecer ?vídeo bajo demanda? (VoD), con lo que nuestros usuarios pueden acceder en cualquier momento a cualquier película o programa de los que están en nuestra oferta. Es la auténtica televisión a la carta en la que el telespectador hace su propia parrilla de programas», explica José Manuel Pascual, jefe de Imagenio de Telefónica de España.

Internet en el televisor

Pascual entiende que la mejor cualidad de Imagenio es la de facilitar la implantación de la Sociedad de la Información en los hogares españoles. «En Imagenio ofrecemos más de 22 servicios interactivos a los que se puede acceder desde el televisor, con un mando a distancia o con un sencillo teclado inalámbrico, que ronda los 30 euros. Se puede navegar por Internet y realizar correo electrónico en el televisor, lo que no se puede es bajar archivos porque nuestro descodificador no tiene disco duro. Es un paso muy importante para que hogares sin ordenador o personas a las que el ordenador les supone una barrera puedan realizar banca *on line*, comprar entradas por Internet y acceder a múltiples servicios con un mando a distancia que sí saben manejar. Además de los programas de televisión, queremos que nuestro servicio dé valor añadido al cliente», afirma Pascual.

Telefónica tiene varios proyectos para incorporar a sus paquetes *triple play* con Imagenio, según responda la demanda. En 2006 podrían incorporar la videoconferencia, y la voz por IP (VoIP). Les han autorizado a dar VoIP que, además de abaratar la tarifa del usuario, abre la puerta a nuevos servicios al tratar la voz como los datos. Ya han realizado un piloto de VoIP, y están poniendo otro en marcha con clientes de su servicio ADSL con más de dos años de antigüedad.

La competencia del cable

ONO es ahora el competidor más duro de Telefónica. Su oferta de *triple play* a 4 Megas, por 50 euros al mes, con alta, instalación, módem de cable y portabilidad gratuita llega a casi toda España, tras la adquisición de Auna Cable. El nuevo operador suma 1,7 millones de clientes de acceso directo, y unos 800.000 de televisión por cable. Está presente en toda España, a excepción de Galicia, País Vasco, Asturias y Extremadura.

La sustitución de la marca Auna por la de ONO es ya un hecho entre los clientes residenciales, y ahora se acomete la integración de las dos plataformas de televisión para ofrecer una oferta común a todos ellos. ONO tiene una oferta de casi 160 canales de televisión, mientras que Auna supera los 50. La suma de ambas plataformas implica una negociación con los proveedores de contenidos, y el cambio del contrato que Auna tenía con sus clientes, que se prevé sin problemas dada la mejora de los contenidos.

Fundación Telefónica
Telefónica

ONO está poniendo toda la carne en el asador. Junto a la fuerte campaña publicitaria y de promoción de la marca, ha diseñado una estrategia para reforzar la red de cable. Madrid y Cataluña son sus mercados prioritarios, y en ambos va a reforzar el cableado de Auna para aumentar el número de hogares pasados. Además, ha lanzado a finales del año pasado el sistema de vídeo bajo demanda (VOD), con lo que iguala la oferta de televisión a la carta de Telefónica.

Este gigante del cable no es el único competidor de Telefónica en televisión digital de pago. Jazztel se ha lanzado a la piscina de la televisión IP, con lo que ya ofrece *triple play* a través del ADSL. Jazztelia es el nombre de la nueva plataforma, que cuenta con más de 35 canales de televisión.

Mucha competencia en cable, pero el futuro es IP. El grupo Grupo de Análisis y Prospectiva del Sector de las Telecomunicaciones (GAPTEL), de Red.es (www.red.es), prevé un crecimiento imparable de la tecnología ADSL y, por tanto, de los servicios IP. Partiendo de los 0,03 millones de usuarios de TV ADSL que había en España en diciembre de 2004, frente a los 0,85 millones de clientes de TV por cable, concluye en que ambos tipos de tecnología igualarán sus clientes de televisión de pago hasta alcanzar los 1,26 millones de clientes hacia finales de 2008. Con respecto al peso del cable y del ADSL sobre la banda ancha española, la tecnología IP triplicará ampliamente a la del cable para finales de 2008. Son los primeros pasos hacia el universo IP, pues los expertos aseguran que todas las tecnologías y redes migrarán de forma natural hacia este protocolo de comunicación, para facilitar la integración de los servicios, y poderlos llevar de forma más barata y eficiente al ciudadano.

Televisión móvil de pago

Las imágenes de televisión ya han llegado al teléfono móvil, aunque esto es más un complemento que una competencia a la televisión por cable, y sólo se igualará a ella en que será de pago. Nokia tiene el encargo del gobierno finlandés para poner en marcha una red de televisión TDT para el móvil. El éxito de la experiencia podría replicar el servicio al resto de los países europeos que están en el negocio de la TDT. Esta nueva televisión se vería en terminales GPRS, que recogerían la señal de televisión de una red realizada ex profeso para TDT en móviles.

En España, Abertis (www.abertis.com) y Nokia (www.nokia.es) han realizado las primeras emisiones en pruebas a través de esta tecnología. El fabricante finlandés afirma estar preparado para introducirla en España, y el consejero delegado de Nokia en España, José Luis Martínez, ha instado al Gobierno a que asigne frecuencias de emisión de televisión con la tecnología DVB-H, que llevaría la TDT al móvil.

Los operadores españoles vigilan el desarrollo del proyecto finlandés, mientras piensan si ponen en marcha, y cómo, su servicio de televisión en los móviles de tercera generación. El abanico de elección es amplio, y se baraja la posibilidad de crear canales de televisión específicos para los teléfonos móviles, en los que se ?paquetizarían? diferentes programas, o limitarse a dar los canales convencionales de la televisión, tal y como hace algún operador

Fundación Telefónica
Telefónica

asiático.

Junto a la posibilidad de crear una red de TDT para el móvil, que requeriría asignación de frecuencias, está la de ?paquetizar? imágenes de televisión a través de las redes de tercera generación. Eso es lo que ya están empezando a hacer los operadores de telecomunicaciones. Amena (www.amena.es) ofrece a sus clientes los mejores momentos de los programas más divertidos de música, deporte, cine, humor y actualidad. Vodafone (www.vodafone.es) tiene un acuerdo con las productoras Minimo Pro y Luk Internacional, para realizar, para el formato del móvil, series basadas en leyendas urbanas y hechos reales; los clientes pueden descargarse y ver las series, además de la oferta de resúmenes de informativos.

Telefónica Móviles España (www.movistar.com) está realizando una prueba piloto con la tecnología DVB-H, que es la adaptación de la norma de TDT para el móvil, junto con Abertis y Nokia, que culminará el próximo 28 de febrero. Ya 500 de sus clientes reciben 15 canales de televisión generalista y especializados, junto con los correspondientes servicios interactivos.

«El nivel de calidad de un móvil es suficiente para dar televisión *on demand*, pero se requiere una adaptación a una pantalla más pequeña. Ahora todos los operadores estudiamos todo», afirma un experto de Telefónica Móviles España.

Susana Blázquez

Fundación Telefónica
Telefónica