

CincoRed

Europa, a la zaga de EE UU y Asia en la televisión por móvil

El negocio en el Viejo Continente ha chocado con las barreras legislativas

MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ Barcelona

Europa sigue sin encender la televisión por móvil. Después de casi tres años esperando la llegada del estándar DVB-H, que permite retransmitir la señal audiovisual a un terminal sin usar la red 3G, la realidad es tan clara como amarga para la industria: habrá que seguir esperando. En España hasta mediados del 2009, cuando la CMT podría adjudicar por fin las licencias. En Alemania, Italia o Finlandia, donde ya se han adjudicado, el servicio fracasa o no convence al usuario.

Muchos de estos países miran de reojo a EE UU. Allí el desenlace podría ser diferente. Verizon y AT&T ofrecen televisión por móvil desde marzo de 2007 y mayo de 2008 respectivamente, con el estándar MediaFlo, competidor de DVB-H en Europa. Qualcomm, el fabricante de chips e infraestructura propietaria de MediaFlo, ha logrado una cobertura del 35% de la población del país. Llegarán al 45% a final de año y al 65% en 2009.

Chem Assayag, responsable de MediaFlo en Europa, afirma que "con el 50% de cobertura nacional ya es posible definir nuevos esquemas de publicidad y crear un producto que interese a todos". El capricho no sale barato para el consumidor: 15 dólares al mes por 12 canales. Las operadoras aún no han publicado cifras pero ComScore calcula que hay 1,8 millones de clientes, apenas el 1% del total de usuarios de telefonía. Lo positivo

es que la iniciativa ha superado numerosos escollos regulatorios en Europa. En Asia sucede lo contrario: hay usuarios de sobra pero no existe modelo de negocio. En Corea del Sur, donde usan el estándar DMB, 13 millones de terminales están equipados para recibir la señal de televisión digital terrestre (TDT). El problema es que es gratis y operadoras, canales y anunciantes no se ponen de acuerdo en cómo rentabilizarlo. Ocurre lo mismo en Japón, donde 30 millones de terminales se fabrican de serie con el receptor Iseg, que permite sintonizar la señal televisiva sin pagar.

La pregunta es qué ocurrirá en Europa, donde no hay ni abonados ni plan de negocio en marcha. Para algunos expertos, el obstáculo ha sido regulatorio. "Viviane Reding (comisaria europea de Sociedad de la Información) ha impuesto el estándar DVB-H sin tener en cuenta los requerimientos de las operadoras en cada país" explica Windsor Holden, analista de Juniper Research. "El modelo de



Algunos expertos creen que el modelo de negocio en la televisión por móvil en Europa es, al menos, cuestionable. BLOOMBERG

Oportunidad publicitaria

La publicidad podría ser la pieza clave en la creación de un plan de negocio viable en la televisión por móvil. Aunque, poner de acuerdo a agencias de medios, anunciantes, operadoras y canales de contenidos requerirá primero una masa crítica de abonados en torno a la segunda pequeña pantalla. Los 300.000 suscriptores en España a la televisión vía 3G son insuficientes. Se necesitarían al menos 10 veces más para

que las inversiones fuesen rentables. "Para lograr una adopción masiva se debe optar por tecnologías de retransmisión, no vía 3G, y por ingresos publicitarios", dice José Luis Núñez, fundador de Zentym, *start-up* madrileña que espera beneficiarse en el futuro del servicio. La firma ha diseñado una plataforma que permite servir anuncios personalizados a cada suscriptor mientras ve sus programas favoritos.

"La idea es trasladar el modelo de internet, donde se pueden diseñar campañas dirigidas y medir la interactividad, a la televisión por móvil. Será lo que genere una oferta gratuita y rentable" asegura Núñez. Aún así, no parece que el 2009 vaya a ser, tampoco, el año de la consagración. "Dada la crisis" opina Windsor Holden, "lo primero que recortarán los usuarios serán caprichos como ver el fútbol en su teléfono".

culación a una única tecnología es algo del pasado. DVB-H es sólo una posibilidad para ofrecer contenidos audiovisuales sobre la marcha, pero no es la única" explican fuentes de Telefónica. En Vodafone, coinciden: "Analizaremos en su momento si decidimos participar en las licencias de DVB-H. Con la tecnología actual podemos cubrir las necesidades de la demanda", dice Eduardo Jiménez, responsable de Televisión por Móvil de la operadora.

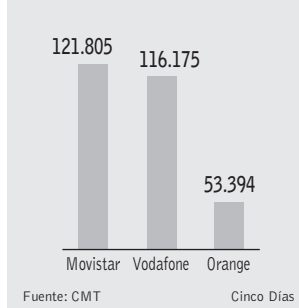
Movistar, Vodafone y Orange ofrecen desde 2007 televisión móvil a través de su red 3G. A falta de un estándar específico de retransmisión (*broadcast*) como DVB-H o MediaFlo, son servicios de *streaming* que ocupan la red celular. Por un precio de entre cinco y siete euros es posible acceder a decenas de canales y vídeos. El problema: la calidad de imagen es sensiblemente menor, la posibilidad de interacción se reduce y, sobre todo, la red 3G puede colapsarse. "La principal barrera es de calidad y capacidad. En eventos masivos como partidos de fútbol el *streaming* simplemente no funciona" asegura Holden. Entre las tres operadoras han conseguido 290.000 suscriptores en España.

José Antonio Guzmán, director de Televisión Convergente en Orange, ve las tecnologías de retransmisión como complementarias. Pero advierte de las consecuencias en los retrasos regulatorios. "Abren las puertas a tecnologías alternativas, como recibir la señal TDT en el terminal. El problema de DVB-H es decidir quién paga por la infraestructura y buscar acuerdos de negocio".

Precisamente Qualcomm busca abrir esas puertas para introducir MediaFlo en Europa. En Reino Unido ha comprado el espectro y realizado pilotos con BSkyB. Assayag lo admite: "Ha habido mucha decepción estos años, creemos que hay hueco para que alguien como nosotros tire del mercado". Al final, la convivencia de estándares y modelos podría ser la única salida para desatascar el servicio en el Viejo Continente.

Abonados a televisión por móvil 3G en España

2º trimestre 2008



ComScore calcula que existen cerca de 1,8 millones de clientes de televisión móvil en EE UU

negocio para DVB-H es, cuando menos, precario: invertir cientos de millones de euros para recuperarlos, en el mejor de los casos en cinco años. Eso sin contar con la creciente competencia de teléfonos que reciben gratis la señal de TDT. Cada vez tiene menos sentido", dice.

A excepción de Italia, donde Hutchison, Vodafone y TIM han captado un millón de clientes en su oferta de pago de DVB-H, el resto de iniciativas ha decepcionado. En Alemania el lanzamiento embarrancó al promocionar los operadores móviles que recibían gratis la señal de TDT. En Suiza sólo hay 5.000 suscriptores. En Holanda 10.000. Austria acaba de llegar al 53% de cobertura de DVB-H de la población. En Reino Unido y Francia, al igual que en España, las licencias aún no se han adjudicado.

Ante tal situación, las operadoras españolas no lo ven claro. "La estructura de prestación del servicio no está definida y las condiciones macroeconómicas no acompañan. Además, la vin-

Standard & Poor's agudiza la crisis de Palm

CINCO DÍAS Madrid

Palm parece incapaz de salir de su crisis. Esta semana, el histórico fabricante de PDA presentó unas previsiones para el segundo trimestre muy por debajo de las estimaciones del mercado. La firma prevé alcanzar unos ingresos de entre 190 y 195 millones de dólares, frente a un pronóstico anterior de los analistas de 330 millones.

Pero no acaban ahí los vapores. Standard & Poor's redujo el *rating* corporativo de Palm de 'B-' a 'CCC+', una calificación que sitúa a la empresa en una posición vulnerable, que le hace depender de condiciones comerciales, financieras y económicas favorables para poder satisfacer sus compromisos financieros.

La agencia situó mantuvo la perspectiva de Palm en 'negativa'. "Nuestros *ratings* reflejan el alto grado de endeudamiento, el estrecho catálogo de productos, la pérdida de cuota de mercado y el flujo de caja negativo sufrido por la empresa debido a la alta competencia en este mercado", dijo Bruce Hyman, analista de S&P. El experto dijo que aunque el dispositivo Centro de Palm ha sido bien recibido, permanece como un producto de bajo margen frente a iPhone y la Blackberry. En este marco, S&P situó en el rango de entre el 10% y el 30% el ratio de recuperación de Palm en caso de sufrir un *default* en el pago de su deuda, que actualmente ronda los 427 millones.

IBM reta a Microsoft en los sistemas operativos

CINCO DÍAS Madrid

IBM lanzó un órdago ayer a Microsoft. Según *The Wall Street Journal*, el gigante azul va a ofrecer un conjunto de aplicaciones para empresas que hará innecesario contratar licencias de Windows. El software de IBM, que funciona como si fuera el paquete de aplicaciones online de Google (Google Apps), tendría un coste cercano a 59 dólares por cada PC.

Según este periódico, las compañías no necesitarían tener el citado sistema operativo y se ahorrarían varios cientos de dólares por cada equipo. Los programas se ejecutarían en servidores remotos dentro de la nueva moda del *Cloud Computing*.