

Fecha 24.02.2014	Sección Negocios	Página 23
----------------------------	----------------------------	---------------------

Aconseja Mediatelecom a concesionarios apostar por las multiplataformas en televisión

El negocio de la televisión abierta en el país seguirá siendo rentable en la medida en que los actuales y nuevos concesionarios apuesten a la multidifusión de sus contenidos en tabletas, computadoras y dispositivos móviles. Para el director general de Mediatelecom Policy & Law, Jorge Fernando Negrete, "la televisión abierta como la conocemos tiene que modificar su modelo de negocio, para obtener ingresos a partir de otro tipo de plataformas". Dijo que si bien la licitación de frecuencias para conformar al menos dos nuevas cadenas de televisión aumentará la oferta de contenidos, la verdadera competencia estará en el terreno digital.

"Quien vaya a participar en televisión abierta tiene que tener un pie en las TICs; si el nuevo postor en este mercado no piensa en contenidos digitales e internet, será menos com-

petitivo", argumentó.

En entrevista con Notimex, el especialista enfatizó que si bien la penetración de televisores digitales en los hogares mexicanos es un elemento que deben considerar las empresas que ganan la licitación de frecuencias, ir más allá del televisor será un elemento estratégico.

"El futuro de la televisión abierta en México es absolutamente promisorio, porque ya no será el eje bajo el cual se rijan los modelos de negocio, sino una parte más del ecosistema de nuevos contenidos y distribución de servicios digitales".

Por su parte, el integrante del pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ifetel), Fernando Borjón, considera que quienes entren al mercado de la televisión abierta enfrentarán a empresas que llevan mucho tiempo en ese negocio, por lo que será necesario que apuesten

por contenidos atractivos.

"Van a competir contra gente que sabe lo que hace en materia de contenidos, no son improvisados y lo que se necesita es competir en el gusto de la gente; la única ventaja que tendrá el que entra es que puede competir en televisión abierta y en televisión de paga".

Las expectativas positivas que genera la licitación de frecuencias, dijo el funcionario el pasado 4 de febrero en una reunión con reporteros, se basan en la competencia que se generará en términos de contenidos, calidad y diversidad.

Los nuevos entrantes, dijo, podrían alcanzar una participación de alrededor de 14 por ciento en cuatro o cinco años, a partir de un modelo de negocio basado en la oferta de contenidos competitivos.

En 2012, la extinta Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) estimó que los opera-

dores que quieran desplegar una nueva cadena de televisión requerirían una inversión inicial de alrededor de mil millones de dólares. (Notimex).



Jorge F. Negrete, director de Mediatelecom Policy & Law.

