

RIESGOS Y RENDIMIENTOS



- * Las OTT compiten con TV de paga
- * Es absurdo que las autoridades lo ignoren
- * Audiencias se alejan de la TV tradicional

A pesar de que las tendencias internacionales son claras, algunos especialistas en México aseguran que los servicios OTT (como Netflix y ClaroVideo) no son sustitutos de la televisión. Sin embargo, cada vez son más los hechos que parecen indicar lo contrario. Prueba de ello es la pérdida de valor de mercado que la semana pasada registraron las empresas de cable y televisión en Estados Unidos, la cual equivale a las ganancias del último mes de Amazon y Netflix, según reportó Bloomberg.

No es una casualidad, sino reflejo de una realidad en el sector telecomunicaciones donde, cada vez más, los servicios de OTT sustituyen a los de TV restringida. Durante mucho tiempo, varios analistas consideraron como "lejano" el momento en que se daría esta sustitución de servicios, pero la semana pasada fueron sorprendidos por la realidad, cuando Disney aceptó que está perdiendo suscriptores en su principal canal de deportes: ESPN.

Hasta ahora, este canal había sido percibido como "invencible" ante los servicios OTT puesto que los deportes

suelen consumirse en vivo, pero queda claro que nadie está a salvo.

La tendencia es evidente: las audiencias se están alejando de la televisión tradicional y se están moviendo hacia el consumo de contenidos en línea. En Estados Unidos -un mercado al que México ha seguido históricamente- ya es un hecho que las OTT representan una competencia directa para la televisión. La caída financiera de las empresas de cable y TV en EU debería ser considerada por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (Iftel) para definir la regulación y sus alcances en el mercado de TV de paga mexicano.

CAMBIOS. El **Secretario de Comunicaciones y Transportes, Gerardo Ruiz Esparza**, tomó la protesta al Consejo Directivo 2015-2016 de la Cámara Mexicana de la Industria del Transporte Marítimo que cada año traslada más de 5 millones de personas y moviliza por cabotaje cerca de 36 millones de toneladas comerciales. El titular de la **SCT** informó que en esta administración se invertirán más de 67 mil millones de pesos en 25 proyectos,



JULIO BRITO A.
 juliobrito@cronica.com.mx
 juliobrito@visionautomotriz.com.mx
 @abritoj

que duplicarán la capacidad instalada del sistema portuario nacional para pasar de 260 millones a 500 millones de toneladas anuales. Cerca del 80 por ciento de la inversión provendrá del sector privado.

COMPETENCIA. Con la ola digital y la creciente competencia, las aseguradoras, bancos y las empresas de telecomunicaciones están revolucionando sus servicios que incluye la forma de cómo se comunican con sus clientes. Para responder a esta necesidad nació el concepto Customer Communication Management -CCM-, cuyo valor hoy en día supera los 800 millones de dólares a nivel mundial. Esta semana la firma europea GMC Software, que en México encabeza **Pascal Charnay**, acaba de lanzar innovaciones al CCM a través de su solución GMC Inspire R10, con las cuales se colocan como la compañía de vanguardia en este sector ■

