

Una de las conclusiones del encuentro internacional NexTV Latinoamérica es que el futuro de los operadores de televisión estará relacionado con la integración de servicios como Crackle o Fox Play en sus plataformas. Distintos estudios han señalado que, para los usuarios lo importante es encontrar sus contenidos favoritos sin necesidad de utilizar distintos dispositivos.

Como nunca, la industria de la televisión pasa por un momento histórico. La transformación ha sido tan vertiginosa como impactante. Plataformas como HBO Go, Netflix o Amazon Video cambiaron el tablero para siempre y los operadores de telecomunicaciones adelantan planes estratégicos para mantenerse vigentes en el actual Ecosistema Digital frente a los cambios generados por los Over The Top (OTT), siempre con miras a entregar las mejores opciones a los usuarios.

Esa fue la principal conclusión del encuentro internacional Next TV Series de Latinoamérica organizado por Dataxis. En principio, los operadores de televisión por suscripción encontraron en los OTT a un nuevo competidor. Ante esto, los operadores están tomando decisiones de competencia que se mueven entre la generación de competencia y la agregación de plataformas.

Y tiene que ser así por los consumidores. De acuerdo con cifras de Google, Colombia tiene cerca de 24 millones de usuarios al mes en Youtube, plataformas como Crackle de Sony ya son consumidas por más de 15.000 usuarios al mes. “Las cifras y tendencias muestran que, al final, para los usuarios el contenido es el rey. Para el consumidor la plataforma es indiferente y la tecnología una tarea del operador, quien debe preocuparse por brindar la mejor experiencia, simplificando y facilitando el acceso a sus series, programas y temas favoritos en la comodidad de su sala o desde cualquier lugar mediante dispositivos móviles”, explicó Santiago Londoño, vicepresidente ejecutivo de TigoUne.

Ante esto, los operadores han tomado dos caminos: por un lado, la mayoría han preferido competir contra las plataformas de internet, desde la creación de OTT y contenidos propios, mientras operadores convergentes e innovadores como TigoUne han optado por la estrategia de desarrollar plataformas que son capaces de integrar distintas OTT en un mismo servicio, para que el usuario no se tenga que preocupar por los aparatos, por recordar en que plataforma está el contenido que busca, o gestionar múltiples suscripciones que pueden ser confusas y hasta onerosas.

En el último trimestre de 2017 se presentaron cambios sustanciales en

la industria. La compra de Fox por parte de Disney, por ejemplo, abrió el espectro para que la oferta de plataformas con contenidos exclusivos se expanda y los operadores tendrán que evolucionar en una suerte de 'supermercado' de contenidos. "Estamos convencidos de que, en 2018, nuestro propósito de convertirnos en agregadores de servicios OTT representará una revolución para todo el ecosistema digital y para la satisfacción de los clientes", expresa Santiago Londoño.

Precisamente, son las cifras las que avalan la apuesta por la integración. TigoOne lanzó la plataforma Tigo ONE TV en agosto, con el concepto de integrar la televisión lineal con plataformas como Crackle y Fox Play en una interfaz más que amigable con los usuarios, y finaliza el 2017 con más de 10.000 nuevos suscriptores de este servicio.

Con Tigo ONE TV, la apuesta es al cambio. Este sistema integra los contenidos de la televisión lineal con la oferta de plataformas como Crackle de Sony, FOX, YouTube y ofertas de video por demanda. Además, la plataforma cuenta con un poderoso sistema de Big Data que realmente se adapta a los gustos de cada usuario.

Tigo ONE TV es el resultado de escuchar a los usuarios. "Para las personas, lo importante no es la plataforma de distribución, lo importante es el contenido. "Para el consumidor no importa si la película o la serie viene de un canal internacional, de un proveedor de contenidos en Internet, de un canal por suscripción o por YouTube, lo que le interesa es poder verlo con una buena calidad y en cualquier horario", concluyó Santiago Londoño.