

La TV del futuro será conectada y los usuarios demandan mayor interactividad y accesibilidad a sus contenidos

Los nuevos usuarios buscan consumir contenidos de calidad, cuando y donde quieran, personalizar contenidos y compartirlos con sus amigos Según últimos estudios, 1 de cada 3 internautas en España declara ver la TV mientras navega

Barcelona, 24 de noviembre de 2011.- Altran España, compañía del Grupo Altran, líder europeo en consultoría de innovación, ha participado hoy en la IV edición del Día Mundial de la TV, organizada por el Col·legi d'Enginyers Tècnics i Pèrits de Catalunya (COETTC) y dirigida a profesionales del sector de las telecomunicaciones, periodismo, multimedia, audiovisuales y del mundo de la TV en general, así como a empresas del sector.

Inaugurado por Antoni Molons, director general de Medios de Comunicación de la Generalitat de Catalunya, y Ferran Amago, decano del COETT, el encuentro ha reunido a profesionales de diversos sectores con el fin de debatir en torno al concepto "El paso de una TV aislada a una TV conectada". Cada vez más, los usuarios están cambiando su forma de actuar frente al televisor, y también los radiodifusores están modificando la manera de transmitir la información mediante el uso de nuevos estándares internacionales. Esta situación que se está dando en la actualidad y las previsiones futuras han sido tratadas a lo largo de la jornada.

Lorenzo Martínez, director de la división de Media y Servicios de Altran España, ha intervenido con la ponencia "TV Conectada: nuevos servicios, nuevas oportunidades, nuevos usuarios". A lo largo de la misma, Martínez ha manifestado que los retos a los que se enfrenta la televisión conectada pasan por un cambio no sólo en los modelos de negocio sino también en los formatos publicitarios. Además, ha propugnado un acceso a más contenidos de manera más sencilla y la desaparición de los intermediadores tradicionales. Por otro lado, ha planteado la cuestión de si el HbbTV ha de ser el estándar interactivo y habló de la piratería como el enemigo que siempre acecha en el mundo digital.

Asimismo, ha puesto de manifiesto la necesidad de innovar en la monetización de los contenidos, en el sentido de evolucionar desde el modelo actual hacia el pago por uso y disfrute. Es decir, taquilla inversa, que significa que en lugar de pagar por un contenido antes de consumirlo, el usuario realizará el pago tras el consumo y en función de cuánto le ha satisfecho.

Un futuro conectado

En cuanto a las previsiones de futuro, la penetración de la televisión conectada

será de un 41% en 2013, en el año 2015 habrá 138 millones de TV conectadas (Display Research), y en 2016 serán 551 millones (Digital TV Research). Este panorama abre así, un nuevo canal para interactuar con los usuarios y ofrecerles nuevos servicios. Los llamados “T-services”, como el t-Health, t-Government, o t-Banking.

Sin embargo, estos datos no confirman que los usuarios cambien sus hábitos de consumo. “La mayoría de los espectadores seguirá con su experiencia televisiva tradicional y si no somos capaces de seducirles con contenidos será difícil variar sus hábitos”, ha afirmado.

Por ello, Lorenzo Martínez sostiene que, entre otras cosas, “hay que crear dispositivos que nos ayuden a vencer la distancia entre el sofá y la TV conectada”. El usuario ha de poder interactuar fácilmente con la TV, pero se lo tenemos que poner muy fácil y dispositivos como el ratón y el teclado no son los más adecuados. “Este es un reto que los fabricantes tienen que resolver”.

Nuevo perfil de usuario

Con respecto al usuario, Lorenzo Martínez ha comentado que el perfil ha cambiado. Los nuevos usuarios buscan consumir contenidos de calidad, cuando y donde quieran, personalizar contenidos y compartirlos con sus amigos. “Los usuarios demandan que sea más fácil compartir contenidos, permitiendo comentar y crear nuevos contenidos, y personalizar su experiencia. Lo más para un usuario es sentir que el contenido es de ‘ellos’. En definitiva, tendremos que trabajar mucho en la llamada ‘experiencia del usuario’, que ha de ser de muy alto nivel y sobre todo, tenemos que ser capaces de generar atracción”.

Según datos de Nielsen, 1 de cada 3 internautas en España declara ver la TV mientras navega, el 70% de los propietarios de tablets y smartphones lo utilizan mientras ven la TV, un 60% está interesado en contenidos relacionados con el programa de TV que están viendo y un 28% quieren compartir con sus amigos contenidos.

Sobre Altran

Altran es una compañía multinacional que ofrece soluciones globales de negocio, estrategia, desarrollo y aplicaciones tecnológicas e ingeniería a medida, centrada en la Innovación. Líder europeo en Consultoría Tecnológica e Innovación, el Grupo Altran está presente en más de 26 países y cuenta con un equipo de más de 17.000 consultores que abarcan todos los campos de la ingeniería y de la consultoría.

Altran España es una compañía perteneciente al Grupo Altran, especializada en Consultoría de Innovación, Tecnología e Ingeniería, Organización y Sistemas de la Información, y Estrategia y Management. La consultora desarrolla su actividad en todo el ámbito estatal a través de ocho sedes distribuidas por las principales ciudades españolas. Esta distribución geográfica nos permite cubrir las diferentes necesidades de nuestros clientes y establecer redes estratégicas de negocio en cualquier punto del país.
