



Hoy destacamos

> Televisión

>> Mercado

Venevisión también pujará por Univision Communications



Gustavo Cisneros, chairman y CEO de Cisneros

Group of Companies, ha sido el encargado de anunciar que Venevisión Investments se incorpora a el grupo de inversores privados y Televisa que pujarán conjuntamente por Univision Communications.

>> Legislación

La futura Ley General Audiovisual regulará las actividades de todos los agentes del sector



El Gobierno ha precisado que la Ley General Audiovisual

será de aplicación "para todos y cada uno de los agentes que operan en el mercado, con independencia de su titularidad, ámbito o modo de gestión".

>> Derechos

■ Canal+ renueva los derechos de la NBA para 3 temporadas



Canal+, canal Premium que emite en exclusiva Digital+,

ofrecerá en directo las próximas temporadas del mejor baloncesto del mundo: la NBA.

>> Audiencias

■ El teletexto de Televisió de Catalunya bate un nuevo récord de audiencia

Noticias

> Televisión

John de Mol y Mediaset podrían estar interesados en comprar Endemol

Ovideo compra parte de Group Films

El Observatorio Europeo de la Televisión Infantil critica el "incumplimiento permanente" del código de autorregulación

El Gobierno británico estudia poner límites a la publicidad de comida basura en TV

Antena 3, El Terrat y Vodafone producen la primera serie para móvil basada en un personaje televisivo

Javier Sardá anuncia su regreso a Telecinco

■ TCM emite las películas ganadoras del I Festival Internacional de Cortometrajes 'AcTÚa', de Intermón Oxfam

■ People + Arts, la televisión para la mujer de hoy

La Film Office duplica los rodajes en Sevilla

■ Canal Cocina hace un recorrido por la gastronomía andaluza

Ocho de los 10 hombres más sexys de la televisión están en Fox

■ Cuatro retransmite hoy el partido España-Túnez

■ Cosmopolitan TV estrena hoy 'Cita a ciegas'

Núria Solé se incorpora hoy al equipo de presentadores del 'Telenoticias' de TV3

Los niños españoles quieren que Raúl juegue con la Selección, según un estudio de Jetix

'Pocoyó' alcanza un acuerdo de licencia con El Ocho

> Multimedia

Oracle afirma que los resultados del cuarto trimestre superarán previsiones

■ La transformación de Microsoft recae en Ballmer

Seis de cada diez lectores de periódicos digitales tienen menos de 34 años

Microsoft se prepara para hacer frente al matrimonio iPod +iTunes de Apple

BMC Software obtiene en España los mejores resultados de Europa

■ Los beneficios trimestrales de Adobe, afectados por Macromedia

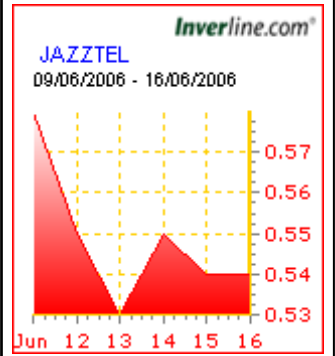
El Blu-ray llega esta semana al mercado

Google lanza un nuevo buscador sobre el Gobierno de EE UU

Google lanza una nueva web dedicada a Shakespeare

> Telecom

Gráfico del día



Líder de la semana



El sector de Internet sigue ocupando un lugar de interés en nuestra sección de Líder de la

Semana, en esta ocasión con la entrevista a uno de los profesionales que conoce en profundidad la situación del mercado y con quien hemos hablado de la empresa que lidera y del futuro la industria en general.

Carlos Blanco
Fundador y director general Grupo ItNet

[Consulte nuestros líderes](#)

Documentación



Multimedia
Whitepaper
LUCENT
TECHNOLOGIES
Lucent

Technologies te invita a que conozcas lo último sobre seguridad en las comunicaciones. Documento

■ [Bajar aquí](#)



Líder de la semana

■ LÍDER DE LA SEMANA



Carlos Blanco
Fundador y director general
Grupo ItNet



"La televisión móvil tiene posibilidades reales de negocio, sobre todo en relación con el mundo del ocio digital "

LíderDigital.com, 19/06/2006

P: Hablar del Grupo ItNet es hablar de toda una filosofía de crecimiento y expansión que consiste en...

R: La combinación de diferentes actividades con distintos modelos de negocio todos ellos relacionados con el ocio digital, entendido como ocio todo lo relacionado con los juegos online, deportes, videojuegos, tiempo libre, hobbies, etc. En resumen, todo lo no relacionado con la actividad profesional y formativa. Cuando hablamos de digital en la actualidad, nos referimos a que tenemos negocios que usan como canal tanto Internet como los móviles, y esperamos en un futuro no muy lejano poder hablar también de TV Interactiva.

P: Crecimiento, expansión y, por supuesto, éxito. Debido a...

R: La diversificación de áreas de negocio realizada en 2002, fruto del aprendizaje vivido entre 1999 y 2001, época en la que estábamos centrados en una única área de negocio (deportes en Internet). Ahora mismo hemos conseguido multiplicar nuestros ingresos con distintas temáticas y distintos modelos de negocio, aunque todos ellos tienen como núcleo el ocio digital.

P: Algunos nos preguntamos si estamos asistiendo a una euforia del mercado virtual, si puede haber otro punto de inflexión como el de la pasada burbuja digital que ya vivimos.

R: No, de ninguna forma estamos viviendo una 2ª burbuja. Actualmente las empresas que tienen mayor antigüedad en negocios de Internet se encuentran en una etapa de rentabilización. Esto se debe a la madurez de los modelos de negocio por un lado, y a la madurez del medio en sí, por otro. También cabe decir que ha aumentado el nivel de exigencia de los usuarios, por lo que sólo aquellos más expertos podemos satisfacer sus necesidades.

"Si no crecemos en conexiones a Internet desde el hogar, también daremos con un tope"

P: ¿Qué hizo falta para sobrevivir después de la burbuja digital?

R: Convertirse en una microempresa para aguantar los tiempos más difíciles y pensar en cómo poder aplicar los conocimientos adquiridos en otros negocios mucho más rentables. Eso nos llevó a diversificar; pasamos de una etapa inicial, dedicada exclusivamente al mundo del deporte online, a una nueva dedicada también a los negocios de telecomunicaciones (contenidos para móviles, IVR, ...) y a los portales de ocio (juegos).

■ Archivo

Consulte otros líderes
y perfiles

■ A Fondo

■ Yahoo! y Lagardère lanzan la primera televisión por Internet de Europa



Con sus 3 horas de programas diarios, Public TV es la versión audiovisual de la revista "Public", que cuenta con 1 millón 884 mil lectores en Francia, una publicación *people* o "rosa" destinada a los jóvenes de 15 a 30 años.

Televisión Digital Terrestre: nuevo reparto de audiencia en Francia



Mucho más consumo televisivo, nuevas cadenas rivalizando con las convencionales... La TDT ya empieza a cambiar las reglas del juego televisivo en Francia.

Yahoo y AOL inventan el e-mail de pago



Ambas empresas comercializarán en los próximos meses un servicio de pago para las empresas que quieran asegurarse de que sus correos electrónicos llegan bien a sus destinatarios.

■ El porqué de la fusión de las plataformas galas

P: El Grupo ItNet asesora, crea contenidos y servicios, desarrolla aplicaciones de Internet... Resúmanos sus actividades en pocas palabras.

R: Nuestra propuesta al mercado se basa en la posibilidad de disponer de un proyecto de ocio digital completo y para ello ofrecemos soluciones de conceptualización, soluciones tecnológicas, producción técnica, contenidos, desarrollo del modelo negocio, integración de medios de pago, marketing, comunicación y generación de tráfico.

P: Nadie mejor que usted para perfilar los rasgos que caracterizan al mercado español de Internet. ¿Es un mercado maduro? ¿Con carencias? ¿Joven? ¿Plenamente desarrollado? ¿Cómo lo definiría?

R: El mercado español no es maduro, está en fase de freno de crecimiento debido a la falta de penetración del ordenador personal en el hogar y, por consiguiente, apenas aumenta el número de usuarios en Internet. Por suerte, las empresas que tienen su negocio focalizado en el ocio digital sí estamos creciendo mucho debido a una evolución de los usuarios previamente conectados a Internet que empiezan a utilizar la banda ancha (ADSL, cable, etc.). A pesar de esto, es evidente que si no crecemos en conexiones a Internet desde el hogar, también daremos con un tope.

P: A rasgos generales, ¿qué aspectos básicos hay que tener en cuenta en el momento de pensar en lanzar una empresa de contenidos por Internet?

R: Realmente es muy complicado rentabilizar una empresa que tenga su foco en contenidos por Internet, sobre todo en contenidos periodísticos. Hay que focalizarse en nichos de negocio que presenten cierta exclusividad de contenido para copar una área que no cubran ya los medios tradicionales. Además, son necesarios también segmentos con potencial de crecimiento, y de este tipo hay muy pocos disponibles. Si hablamos de contenidos digitales (juegos, audio, vídeo, etc.) entonces las opciones de negocio se multiplican.

"En mayo de 2006, rozamos los 3 millones de usuarios únicos con todos nuestros portales"

P: Hoy en día, ¿cuál es la mayor demanda que recibe Grupo ItNet?

R: Notamos un alto interés en dos segmentos relacionados con el mundo de los juegos: por un lado el desarrollo de juegos como piezas publicitarias donde se transmite la imagen y los valores de las marcas (*advergaming*) tanto para Internet como para móviles; por otro, los juegos de azar o mejor dicho el "juego" a través de Internet, tanto a nivel de desarrollo de productos de juegos locales para *players* internacionales, como para ayudarles a su introducción en el mercado español debido a nuestro alto *know-how* en esta temática.

P: ¿Con cuántos portales cuenta ItNet en estos momentos?

R: Grupo ItNet es propietario de más de 20 portales que se agrupan en dos unidades de negocio: Sports Internet Factory (SIF), que gestiona los portales de contenidos deportivos y Mundicio, que gestiona los de ocio en general.

P: ¿Y usuarios únicos?

R: En mayo de 2006 rozamos los 3 millones de usuarios únicos con todos nuestros portales, lo que supone un récord absoluto de audiencia de nuestra empresa. Y esperamos batirlo durante este mes de junio durante la celebración de los Mundiales gracias a Mundial2006.com

P: ¿Qué nos cuenta del lanzamiento de First Tuesday en España?

R: Amaia Helguera y yo hemos estado en permanente contacto desde que desapareció First Tuesday en Barcelona, siempre hemos tenido ganas de volver a reactivar los eventos. Los dos somos apasionados del *networking*, de las relaciones personales entre empresarios y profesionales, y por eso teníamos claro que queríamos volver a hacer algo similar. Al final optamos por hacerlo con la misma marca que se nos conocía, así que nos pusimos en contacto



Francia se apunta la última a la fusión satelital por las mismas razones que presidieron a la primera que tuvo lugar en Europa, la de Gran Bretaña en 1989.

Contacte

¿ Quiere contactar con nosotros o enviarnos sus sugerencias?



¡Podemos colaborar!

con la central de First Tuesday y lo relanzamos en España.

"El interés en Internet por parte de las empresas tradicionales y la administración pública sigue creciendo día a día"

P: ¿Con qué expectativas se lanza en España First Tuesday?

R: Queremos volver a ser el punto de encuentro de los negocios en Internet en España, el evento donde todos los empresarios e inversores, junto con los ejecutivos de mayor nivel del sector, nos reunamos. La idea inicial es ampliar los eventos de Barcelona a Madrid después de verano, tenemos ya alguna propuesta de colaboración, pero estamos estudiando cuál es la más interesante.

P: First Tuesday en España fue lanzado durante la celebración de Internet Global Congress en Barcelona. Tras la celebración de este encuentro anual, ¿con qué imagen del desarrollo del sector se quedó usted?

R: Que hay mucha más inversión que proyectos invertibles, pero que muchas veces falta un nexo de unión entre el capital y las ideas. First Tuesday será clave para que esto ocurra en los próximos meses y no vamos a dejar de esforzarnos por conseguirlo. Por otro lado, tiene que haber eventos como el nuestro para que las personas que formamos la "Internet" española estemos en contacto regularmente.

P: ¿Qué destacaría de la edición de Internet Global Congress 2006 a modo de conclusión, de titular?

R: Un gran éxito de público batiendo el récord de asistentes, con la dificultad añadida de que es cada vez más complicado traer nuevos ponentes que sean de nivel. Por otro lado, se puede ver que el interés en Internet por parte de las empresas tradicionales y la administración pública sigue creciendo día a día.

"Vamos en camino de lograr unos datos de facturación y resultados históricos"

P: ¿Cree usted que el desarrollo de contenidos para móviles y, en concreto, para la televisión móvil tiene futuro? ¿O es sólo una moda pasajera?

R: Yo creo que la televisión móvil tiene posibilidades reales de negocio, sobre todo en lo relacionado con el mundo del ocio digital. Pienso que la influencia del sector de adultos será clave para la evolución tecnológica y la creación de modelos de negocio rentables como ya ha ocurrido anteriormente en otros segmentos interactivos.

P: ¿Es la legislación una de las asignaturas pendientes del mercado virtual?

R: Sí, es necesario establecer políticas globales. Hoy en día estamos viendo toda la problemática de las casas de apuestas deportivas y los portales de juegos de azar que están operando en todos los países, a pesar de que sólo existen licencias en algunos. Si la ley dice que una empresa que opera en UK puede operar en el resto de Europa, eso choca con que en un país europeo no puedan operar.

P: ¿Es difícil legislarlo?

R: Hay que ir a políticas globales, en una primera etapa creo que hay que aumentar la legislación europea de forma consensuada entre las grandes potencias de Internet en Europa (entre las que no está España). En un futuro ya se podrá ver como compaginar esa legislación europea con una americana, asiática, etc. con el objetivo de consensuar una legislación global.

"A medio plazo, nuestro objetivo principal es la expansión europea en los negocios de ocio digital"

P: ¿Cómo se pueden abordar problemas tan graves como el de la pornografía infantil por Internet?

R: Seguir trabajando en la línea en que lo están haciendo la policía española y la europea. Además, cuentan con toda la colaboración de

los ISP's y las empresas del sector para actuar con rapidez contra estas personas que usan Internet como canal de unas actividades que posiblemente también harían de otra forma si no existiera Internet.

P: Grupo ItNet ya ha conseguido mucho. Por eso imaginamos que dada la rapidez con la que avanza este mercado se planteará nueva metas. ¿Podemos hablar de objetivos a corto-medio plazo?

R: El objetivo a corto plazo durante este año 2006 es empezar a traducir en cuenta de resultados los esfuerzos realizados en estos años, vamos en camino de lograr unos datos de facturación y resultados históricos. A medio plazo, nuestro objetivo principal es la expansión europea en los negocios de ocio digital (en especial juegos) y la expansión latinoamericana en los negocios de plataforma de servicios móviles. Además, nos planteamos entrar como socios industriales o inversores en proyectos de ocio digital liderados por otros empresarios que tengan sinergias con nuestros negocios.

[>> Imprimir esta noticia](#)

[>> Envíe esta noticia](#)

[>> Sugiera una noticia](#)

[<< Volver página anterior](#)

[Home](#) / [Noticias](#) / [A Fondo](#) / [Newsletter](#) / [Buscador](#) / [Documentación](#) / [Agenda](#) / [Líder de la semana](#) / [Directorio de Empresas](#) / [Suscríbese](#) / [Área Corporativa](#) / [Headhunting](#) / [Digest](#)

© Portal LíderDigital S.L.

[Presentación](#) >> [Ámbitos de actuación](#) >> [Presentación de Servicios](#) >> [Dirección](#) >> [Notas de Prensa](#)

>> Web Optimizada 800x600
Implementación Tecnológica universal.tv

