



# LA TDT EN ESPAÑA

Guillermo García Lacuesta



# Índice

- Panorama del Sector Televisivo en España
  - ▶ Escenario Actual
  - ▶ Escenario 2010 (después del apagón analógico)
- Rentabilidad de la TDT
- Datos actualizados de la TDT
- Cambio del modelo de negocio en los actores
- Los contenidos en la TDT
- Servicios Interactivos en TDT



## Escenario Actual

**A PARTIR DEL 30 DE NOVIEMBRE DE 2005  
(fecha de inicio de las emisiones TDT)**

| Mux. RGE    |                   | Mux. digitales 66 al 69 |                    |             |
|-------------|-------------------|-------------------------|--------------------|-------------|
| TVE 1 *     | TELEDEPORTE (TVE) | CUATRO * (SOGECABLE)    | Telecinco *        | Antena 3 *  |
| TVE 2 *     | VEO 1             | CNN + (SOGECABLE)       | Tele 5 ESTRELLAS   | ANTENA.NEOX |
| TVE 24 H    | VEO 2             | 40 LATINO (SOGECABLE)   | Tele5 SPORT        | ANTENA.NOVA |
| TVE CLAN/50 | NET TV            | LA SEXTA 1 *            | (FLY MUSIC) NET TV | LA SEXTA 2  |

En total hay 14 nuevos programas nacionales exclusivos de TDT, además de los 6 canales (\*) que realizan en digital un simultcast de sus emisiones analógicas.

## Escenario año 2010

A PARTIR DEL 3 DE ABRIL DE 2010

Mux RGE

Mux. Digitales

|      |      |     |    |    |        |     |          |
|------|------|-----|----|----|--------|-----|----------|
| RTVE | RTVE | VEO | T5 | A3 | Cuatro | NET | La Sexta |
| RTVE | RTVE | VEO | T5 | A3 | Cuatro | NET | La Sexta |
| RTVE | RTVE | VEO | T5 | A3 | Cuatro | NET | La Sexta |
| RTVE | RTVE | VEO | T5 | A3 | Cuatro | NET | La Sexta |

En total a partir del 2010 habrá 32 canales nacionales de TDT en abierto, de los cuales 24 serán de propiedad privada.

## Rentabilidad de la TDT

- Actualmente el 60% de los costes de la TDT son producidos por el transporte de señal.
- Campañas de Marketing para impulsar en el ciudadano la necesidad de compra de la TDT
- La parrilla de programación.
- El personal contratado.
- Los costes anuales de una concesión de TDT (2 canales) rondan los 14 millones de euros.

## Rentabilidad de la TDT

- **Las audiencias actuales (eliminando los Simult Cast) van de un 0% a un 3% en TDT estas cifras empeoran si lo llevamos a nacional.**
- **Actualmente un 19,4% de hogares pueden ver TDT se prevé que en Diciembre se llegue al 24%.**
- **Con estas cifras los anunciantes no desean incorporarse a la TDT. Ya que no se les dan los GRP suficientes.**

## Datos actualizados de la TDT:

- **El 32% de los edificios con antena colectiva están antenizados.**
  - Si el 15% del total de la población no puede ver TDT por cobertura.
  - Significa que del 85% de cobertura el 32% está antenizado.
  - Si tenemos 1,225,000 Edificios.
  - Tenemos que la TDT llega a un 1.041.250.
  - Antenizados tendríamos 333.200 edificios.
- **Total de monoparentales es 1/3 de los hogares españoles.**
  - Si 1.225.000 son los hogares en España representan 2/3
  - El resto 1/3 está antenizado per se, es decir 612.500 hogares más.
- **Total Penetración en Comunidades 945.700 supone un 51% del total de las casas con cobertura.**
- **El ritmo de antenización es adecuado teniendo en cuenta que se iniciaron las emisiones en TDT el 30 de Noviembre de 2005.**

## Datos actualizados de la TDT:

- **La venta de decodificadores TDT es de más de 6 millones**
  - En el mes de Julio se vendieron 372 mil.
- **Las pantallas con TDT integrado es el producto estrella.**
  - El 65% de las ventas de julio corresponden a equipos integrados (Televisiones, DVD, PC)
- **Los decodificadores externos que se venden en un 95% son zappers.**
- **El precio medio de los decodificadores externos vendidos es de 47€.**

## Datos actualizados de la TDT:

- Las audiencias de TDT han pasado del 4% en Diciembre 2006 al 8% en Septiembre 2007.
- A final de año se estima que la cuota pasará al 11%.
- El canal más visto de los exclusivos TDT es Neox.

## Cambio de modelo de negocio:

### Televisiones privadas actuales

- **Deberán adaptarse a un nuevo modelo de gestión comercial y forma de entender su actividad de negocio:**
  - **Fragmentación de la audiencia.**
  - **Disponibilidad de programas diferentes que tendrán que combinar y rentabilizar.**
  - **Aumento de la oferta publicitaria.**
  - **Nuevos formatos publicitarios asociados a las posibilidades inherentes a la tecnología digital.**

## Cambio de modelo de negocio:

### Agencias de medios

- **De nuevo tendrán que entender su negocio de forma diferente a como lo hacen en la actualidad:**
  - La Fragmentación de la audiencia les obligará a orientarse más hacia la planificación estratégica.
  - Requerirán nuevas herramientas de trabajo.
  - Modelo de ingresos menos condicionado por los medios y más por los anunciantes.
  - Nuevas líneas de trabajo, ligadas al desarrollo de nuevos formatos publicitarios, donde podrán surgir oportunidades para las agencias de bajo volumen muy orientadas a este tipo de publicidad
  - Mayor peso de los Departamentos de Investigación.

## Cambio de modelo de negocio:

### Anunciantes

- **Posiblemente los más favorecidos por el cambio del entorno:**
  - **Mas oferta y mayor capacidad de segmentar audiencia, más orientada a los targets de consumo.**
  - **Aproximación al tan ansiado QRP, entendido como contraposición a la planificación de grandes volúmenes de GRP's en entornos de alta saturación.**
  - **A cambio, es previsible que tengan que incrementar su remuneración a las agencias por el mayor valor/coste de los servicios prestados.**

## Interrogantes que se plantean I

Toda esta situación supone una profunda modificación del marco actual, lo que abre una serie de interrogantes sobre el escenario futuro:

- ▶ ¿Cuál será la posición real del modelo público de televisión en el sector venidero?
- ▶ ¿Cuál será la velocidad de penetración de la TDT y, por tanto, la posibilidad de hacer un apagón real?
- ▶ ¿Hacia dónde va la industria? ¿Qué supone la digitalización para los fabricantes de equipos?
- ▶ ¿Cuál va ha ser el nuevo modelo de explotación publicitaria?
- ▶ ¿Cuál será la posición de los proveedores de contenidos ante el nuevo entorno?

## Interrogantes que se plantean II

- ▶ ¿Cuál será el equilibrio con el modelo de televisión de pago?
- ▶ ¿Cuál será la posición de los grupos de comunicación con respecto al canal principal que exploten?
- ▶ ¿Cómo se planteará la segmentación del resto de los canales?
- ▶ ¿Cuál será el desarrollo efectivo de los servicios interactivos?
- ▶ ¿Cómo afectará la convergencia tecnológica al uso de la TDT?
- ▶ ¿Cómo se modificará la cadena de valor del sector, y qué integraciones se producirán?

## Los contenidos en la TDT:

- **Formas de incorporar contenidos:**
  - **La tradicional.-** Con € y \$ se puede comprar casi todo. Modelo muy sencillo y lo hace cualquiera.
  - **Compartiendo riesgo.-** Proveedor de contenidos cobra un % en función de la publicidad generada en su slot.
  - **Venta del espacio de emisión.-** se usa mucho en locales, se pone un precio al slot , el proveedor lo compra y se encarga de la publicidad al 100%.
  - **Acuerdo con Majors para hacer canales temáticos en TDT.**
  - **Producir contenidos.-** Incorporar contenidos a medida hechos para ti, siguiendo tu línea editorial.

## Los contenidos en la TDT:

### ● **Contenidos para la TDT:**

Como bien es sabido no existe ninguna limitación de contenidos para la televisión, ya sea analógica como digital, los únicos requisitos son:

Que cumplan la ley de TV sin Fronteras.

Que respetes la normativa y autoregulación de contenidos para el menor (horarios)

Que tengas presupuesto.

### ● **Contenidos para incorporar a la TDT:**

- **Musicales.-** Permiten buscar un publico joven (hay saturación)
- **Talk-shows.-** Muy apreciados por la audiencia
- **Reality show.-** Son excesivamente caros de producir.
- **Programas de Zapping.**
- **Deportes.-** muy apreciados por jóvenes, fideliza poco.
- **Largometrajes y Movies.-** son muy efectivos, fidelizan poco.
- **Series.-** Son el mejor reclamo para la audiencia, es el producto que más fideliza a una Cadena.
- **Documentales.-** Todo el mundo dice que los ve. Quien de verdad los ve son fieles a la cadena.
- ...

## Los contenidos en la TDT:

### ● Los precios para la TDT:

Alguien ha pensado que las distribuidoras bajan sus precios?. Todas ellas necesitan justificar ingresos, nadie da nada por nada, a no ser que gane algo a cambio.

- Las distribuidoras grandes son reacias a entrar en TDT.
- Las productoras grandes son demasiado caras para la TDT.
- Las distribuidoras medianas y pequeñas extranjeras son los garantes de la TDT.
- Las productoras pequeñas han sabido adaptarse a los presupuestos de la TDT.



# Servicios Interactivos

Septiembre 2007



## Servicios Interactivos

- La tecnología que acompaña a la aparición de la televisión digital, fundamentalmente supone una difusión mejorada (Enhanced TV) así como un mejor aprovechamiento del ancho de banda en el espacio radioeléctrico.
- Al transportar una mayor cantidad de información el usuario puede acceder a una serie de servicios, pudiendo interactuar con ellos con o sin necesidad de un canal de retorno.

# Servicios Interactivos (ventajas)

- Mejoran y completan la experiencia de ver televisión:
  - ▶ Contenidos adicionales que complementan la emisión.
  - ▶ La audiencia se siente partícipe de la emisión.
  - ▶ Explotar ventajas competitivas respecto de la TV analógica.

👉 **Enriquecimiento del contenido.**

- Posibilidad de nuevos modelos de negocio:
  - ▶ Interacciones vía mensajes SMS premium o canal de retorno.
  - ▶ Esponsorización de las aplicaciones.
  - ▶ Banners publicitarios o autopromocionales en las aplicaciones.

👉 **Mayor rentabilidad.**

## Servicios Interactivos (clasificación)

- Los servicios asociados a la TD, pueden clasificarse en diferentes grupos:
  - ▶ Servicios básicos asociados a la información del programa (p.e. la Guía Electrónica de Programación o EPG).
  - ▶ Servicios interactivos locales o simulados vinculados o no al programa en emisión (p.e. Estadísticas deportivas, navegación sobre información de tráfico o meteorológica).
  - ▶ Servicios interactivos reales o remotos, que requieren canal de retorno (p.e. tele-voto, tele-compra, T-Banking, T-Gobierno).

## Servicios Interactivos (interoperabilidad)

- La utilización de estos servicios ha de ser independiente de los dispositivos de recepción (Set-Top Boxes(STB) y Televisiones digitales integradas (IDTV)) es decir las aplicaciones que se distribuyan a estos dispositivos han de ser interoperables.
- Para que esto sea posible el desarrollo ha de basarse en la utilización de estándares, tanto los emanados del consorcio DVB como los derivados de la industria del software (MHP, MPEG, XML, etc.).

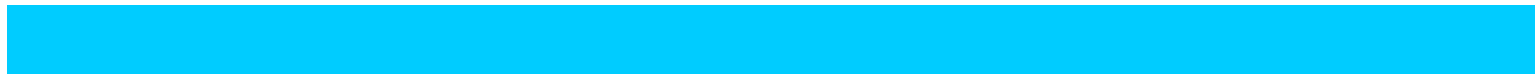
## Servicios Interactivos (limitaciones)

- Actualmente el parque de set-top-boxes se compone en su mayoría de los más básicos (zappers) que no permiten la descarga de aplicaciones interactivas.
- La descarga tanto de aplicaciones como de tablas privadas de datos para los servicios interactivos compite o detrae ancho de banda de emisión de programas (a costa de disminución de calidad de video y audio o de reducción del número de programas en el ancho de banda gestionado por la cadena).
- No hay todavía estudios sobre la utilización de estos servicios y por tanto es difícil saber el retorno de inversión, en forma de venta de publicidad o esponsorización).



## Estado de los servicios Interactivos en las diferentes cadenas

Septiembre 2007



## Distribución actual de servicios Interactivos

### Disponen de SI



cuatro



### No disponen aún de SI





## Servicios Interactivos

- Lanzadera
- Programas (canales)
- Programación (EPG)
- Teletexto
- El tiempo
- La bolsa



## Servicios Interactivos

- Arranque no agresivo, y aviso desaparece pronto
- Se accede por el botón rojo





## Servicios Interactivos

- Programas (cambia a los diferentes canales de TVE)





# Servicios Interactivos

- Guía de programación (interior)

- ▶ No aparece imagen
- ▶ Publicidad arriba a la derecha

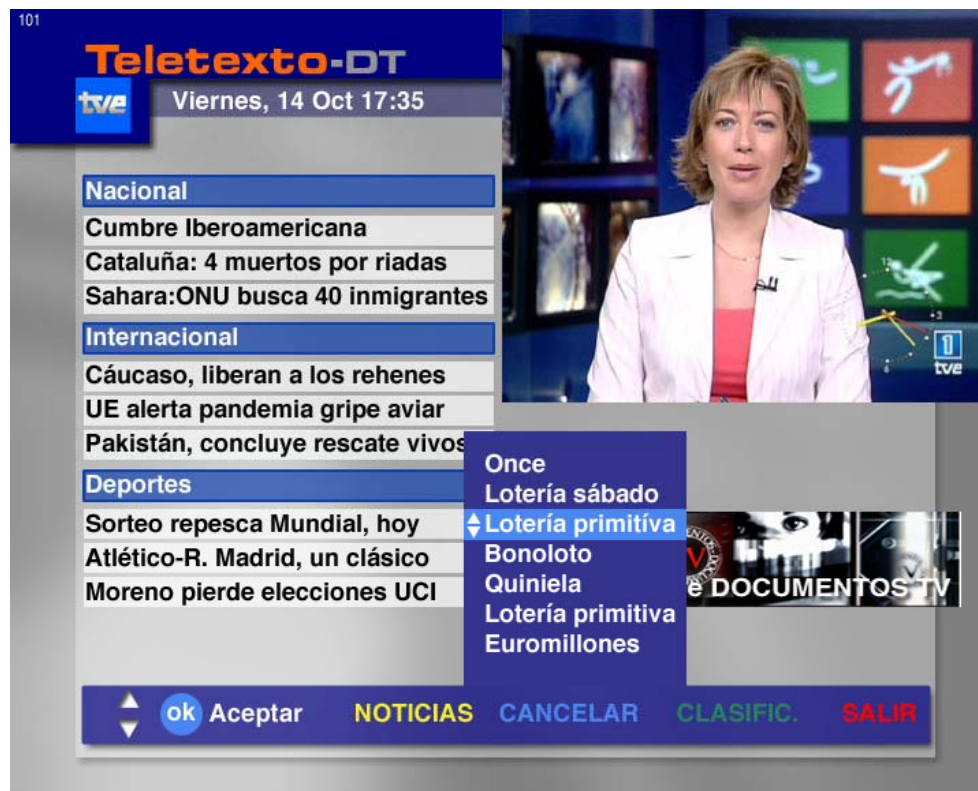




# Servicios Interactivos

## ● Teletexto

- ▶ Misma configuración
- ▶ Imagen arriba a la derecha
- ▶ No vuelve hacia atrás





# Servicios Interactivos

## ● El Tiempo

- ▶ Pierde imagen
- ▶ Conserva look & feel
- ▶ No vuelve hacia atrás



## cuatro<sup>o</sup> Servicios Interactivos

- Arranque no agresivo
- Acceso botón rojo



# cuatro<sup>•</sup> Servicios Interactivos

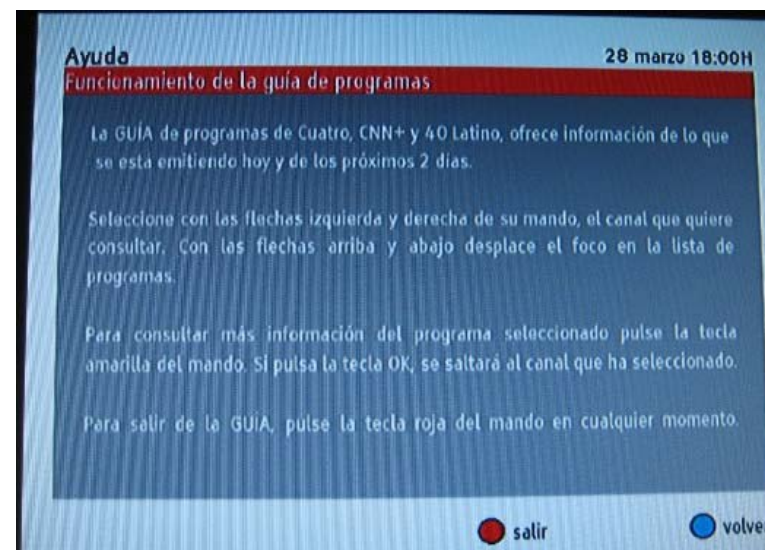
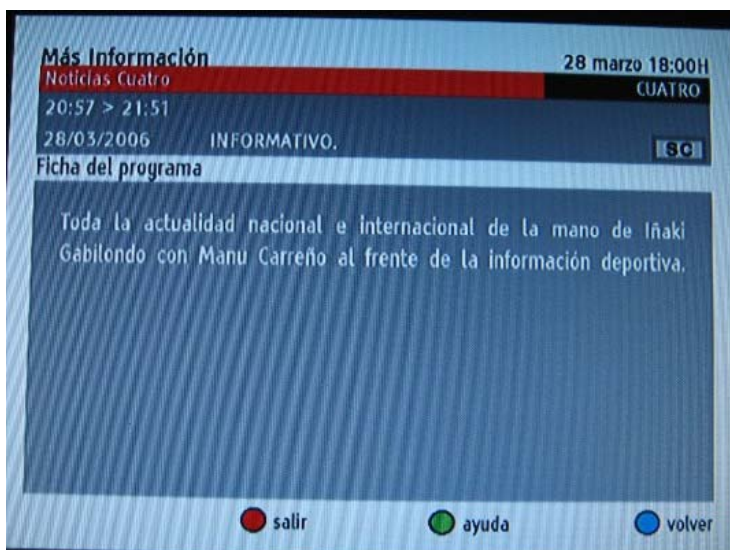
- No tiene lanzadera
- Zapping Canales
  - ▶ EPG

Buen look & feel  
Imagen arriba derecha  
Publicidad arriba



# cuatro Servicios Interactivos

- Más Información (amarillo) y AYUDA (verde)
  - ▶ Pierden imagen
  - ▶ Se puede volver (botón azul)
  - ▶ Botón rojo para salir





## Servicios Interactivos

- EPG en diversas vistas
  - ▶ Programación
  - ▶ Portal (programas destacados)
  - ▶ Programas



## Servicios Interactivos

- Arranque no agresivo
- Se accede por el botón rojo





## Servicios Interactivos

- Lanzadera (misma distribución que TVE)

Menú (verde), Portal A3 (amarillo) y Programas (azul) llevan a sitios con el mismo contenido (resulta confuso)





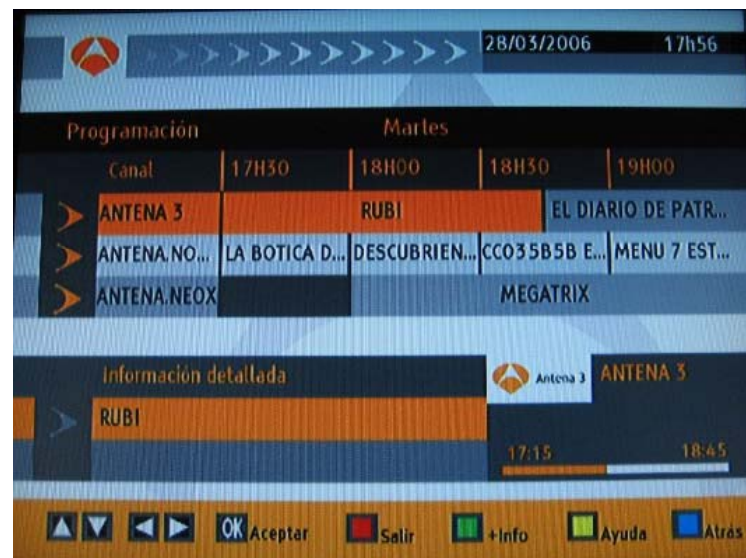
# Servicios Interactivos

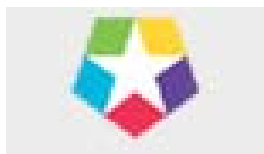
- Guía de Programación (Interior)

Imagen desaparece

Botón azul para volver

Botón rojo para salir





## Servicios Interactivos

- Arranque más llamativo
- Acceso a través de TXT (no botón rojo)
- Look & Feel no integrado





## Servicios Interactivos

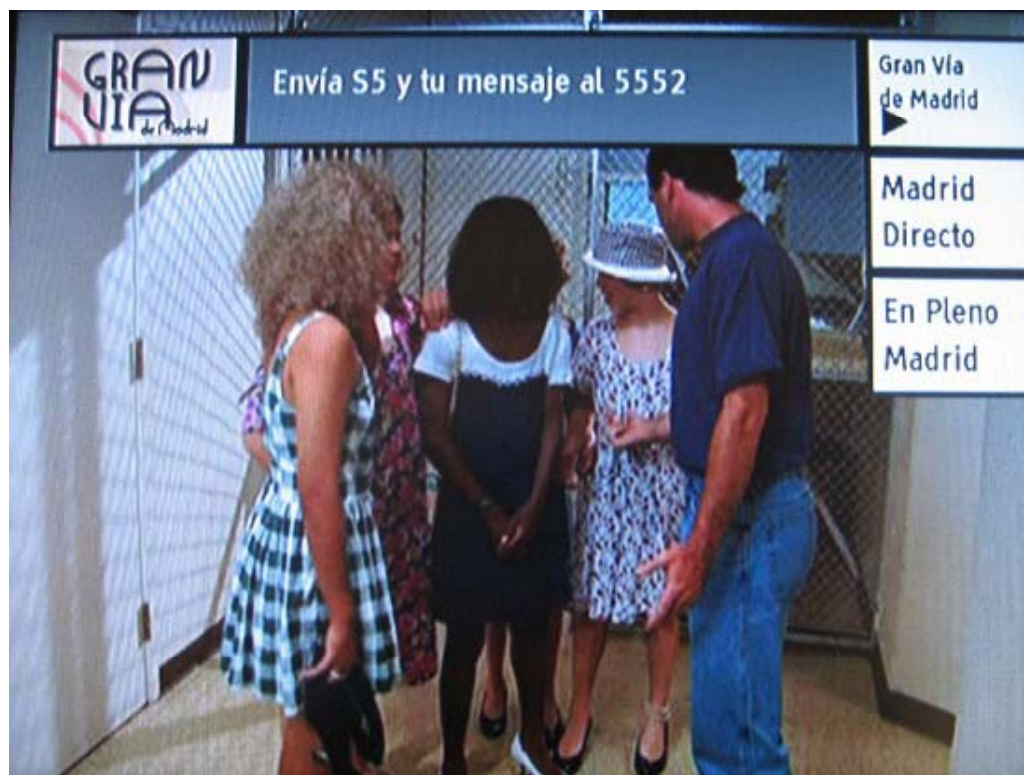
- Lanzadera
- Zapping (canales)
- Chat SMS
- Noticias
- Digitext (teletexto)
- Programación (EPG)
  - ▶ Programas
  - ▶ Presentadores
- Mas Información
- Juegos (Popix)

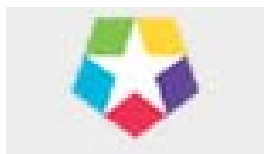




# Servicios Interactivos

- Chat SMS





# Servicios Interactivos

## ● Digitext (teletexto)

- ▶ Imagen en el centro a la derecha
- ▶ A la izquierda menú sobre el programa





# Servicios Interactivos

- Popix (juego)

