

Informe mensual

Abril 2010



El pasado martes 30 de marzo tuvo lugar en la sede del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, el acto oficial de bienvenida definitiva a la TDT en España, que se convirtió en la única forma de ver televisión en abierto para todos el viernes 2 de abril. Así, en España ya se vive una nueva realidad televisiva: más contenidos y más pluralidad, interactividad, formato panorámico, sonido multicanal, alta definición, cine en versión original y subtítulos, y mucho más que será posible gracias a la nueva tecnología digital terrestre. El éxito de la implementación del proceso migratorio en nuestro país lo avala no sólo la evolución progresiva y sin interrupción de los principales indicadores sino también, y muy especialmente, el esfuerzo común de todos los agentes que ha permitido completar el proceso de transición apagando las emisiones analógicas en el primer trimestre de 2010.

DESTACADOS

- A finales de marzo de 2010, **la cobertura RGE (canales públicos con desconexión territorial) alcanzaba el 98,79%** y la **cobertura SFN (canales privados sin desconexiones) el 98,36%** de la población residente en España.
- A lo largo del mes de marzo, los hogares con capacidad de sintonizar los canales de televisión a través de la TDT han tenido un **incremento histórico de 5,7 puntos**, hasta llegar al **89,3% de los hogares del país** al finalizar el mes.
- En febrero la venta de receptores TDT siguió manteniendo una elevada intensidad: más de **1,2 millones de nuevos equipos vendidos en Península y Baleares. Se estima que a cierre de marzo el parque total superaba los 31 millones de equipos.**
- La **cuota de pantalla de la TDT** media en marzo fue del 67,5%, tras un **insólito crecimiento mensual de 7,8 puntos**. La semana del **29 de marzo al 4 de abril**, el share TDT aumentó hasta el **76,2%**.
- **Mínimos residuales para el share analógico, que ha quedado reducido al 2,8%.**
- **26,6 millones de ciudadanos contactaron diariamente con la TDT** en marzo de 2010, 1,8 millones más que en el mes precedente.

SEGUIMIENTO DE INDICADORES

A continuación, se presentan la evolución y comportamiento de los principales indicadores asociados al proceso de transición hacia la TDT. Para un mayor detalle en la información relativa a los mismos, puede consultarse la página web del Observatorio TDT (www.impulsaTDT.es/home/observatorio).

TABLA RESUMEN DE INDICADORES

La siguiente tabla -resumen muestra los datos más destacados de los indicadores de seguimiento del proceso de transición a la TDT en España.

Cobertura 	Población con cobertura TDT canales nacionales (Marzo 10) 98,24% <i>Fuente: Abertis Telecom</i>	Objetivo PNT (Julio 09) 93% <i>Fuente: MITYC</i>			
Antenas <i>Fuente: Fenitel</i> 	Edificios con antena colectiva preparada a la TDT (4.Trimestre '09) 80,5%				
Equipamiento <i>Fuente: GfK</i> 	Sintonizadores TDT vendidos en España (Mar 03 – Feb 10) 28.413.522	Descodificadores TDT externos vendidos (Febrero 10) 588.614	Televisores vendidos con TDT (Febrero 10) 504.136 99,4%	DVDs vendidos con TDT (Febrero 10) 122.428	Coste medio descodificadores externos (Febrero 10) 30,80 €
Penetración 	Hogares conectados TDT (Noviembre 09) 64,59 % <i>Fuente: AIMC*</i>	Individuos conectados TDT (Noviembre 09) 76,3% <i>Fuente: AIMC*</i>	Estimación de hogares conectados a la TDT (Marzo 10) 89,3% <i>Fuente: Kantar Media</i>		
Audiencias <i>Fuente: Sofres</i> 	Cuota de pantalla TDT (Abril 10) 76,2%	Contacto medio diario con TDT (Marzo 10) 26,64 millones de individuos	Consumo medio diario de TDT (Marzo 10) 163 minutos		
Europeos (Dato no homogéneo pero comparable para medir el avance TDT) 	Penetración Reino Unido (Septiembre 09) 71,2% <i>Fuente: Ofcom</i>	Penetración Francia (Octubre 09) 48,3% <i>Fuente: CSA</i>	Penetración Italia (Enero 10) 56,6% <i>Fuente: DGTVi</i>		
Implantación Datos nacionales <i>Fuente: MITyC</i> 	Nivel de conocimiento (Noviembre 09) 98,6 %	Máxima exposición a la TDT (Noviembre 09) 85,4%	Antenización (Noviembre 09) 92,5 %	Promedio de equipamiento TDT en el hogar (Noviembre 09) 1,70	

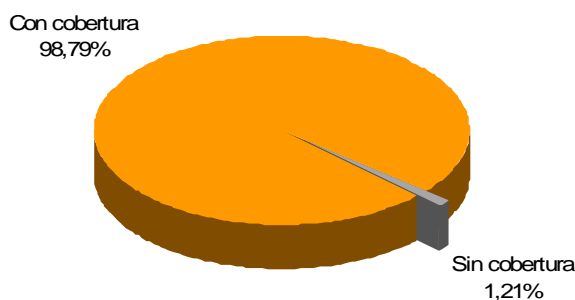
*Excluidos los hogares con descodificador de operadores de telecomunicaciones que incorporan sintonizador TDT.

COBERTURA DE LA TDT

Según la información procedente del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la cobertura de la TDT se establecía a finales de marzo de 2010, el momento de conclusión del proceso de transición a la TDT, en los siguientes porcentajes:

-Los canales que se difunden por la red **RGE** (canales públicos que disponen, en general, de la posibilidad de realizar desconexiones territoriales) pueden ser vistos por el **98,79% de la población española**.

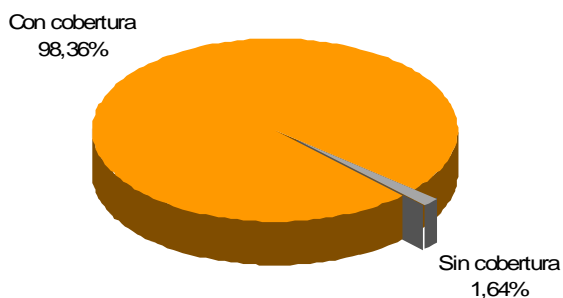
Población con cobertura TDT - RGE (Red Global Española)
(Distribución de la señal de los operadores públicos nacionales y autonómicos)



Fuente: MTyC

-Por su lado, los canales que se difunden a través de la red **SFN** (canales privados sin posibilidad de desconexiones) llegan en la misma fecha al **98,36%** de las personas residentes en España.

Población con cobertura TDT - SFN (Single Frequency Network)
(Distribución de la señal de los operadores privados)



Fuente: MTyC

Esta información corresponde a la cobertura alcanzada por Abertis Telecom, el principal operador de red de distribución y difusión de la señal televisiva, y a la información sobre la cobertura lograda por autoridades autonómicas que han trabajado con otros operadores para

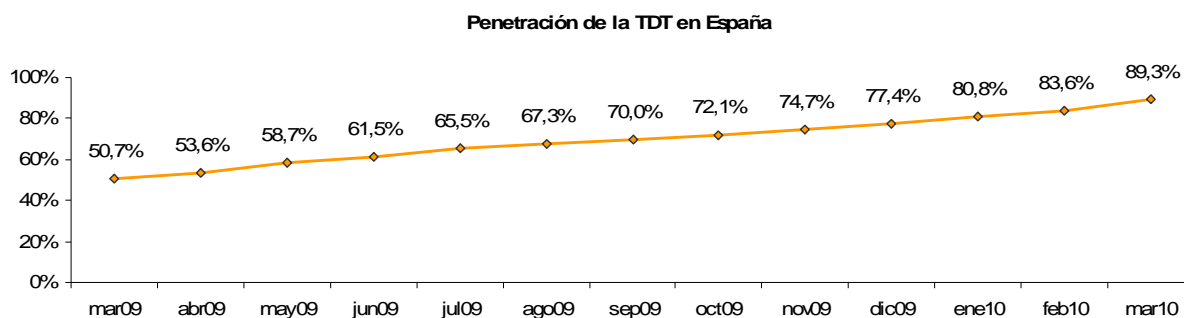
conseguir completar en su región la extensión de la señal de TDT hasta cifras cercanas a la cobertura universal.

En este sentido conviene recordar que la red de televisión analógica no era una red de cobertura universal, y en el caso de alguna de las televisiones privadas de ámbito estatal, apenas alcanzaba el 96%.

PENETRACIÓN DE LA TDT EN LOS HOGARES

El 89,3% de los hogares accedían a la TDT a finales de marzo de 2010

El mes de marzo, en el que se realizaron la mayoría de los apagados analógicos de los Proyectos Técnicos pendientes, establecía un récord histórico en la progresión del indicador de penetración de la TDT en los hogares españoles. A lo largo de ese mes clave, un 5,7% de los hogares se incorporaron “en el último momento” a la nueva tecnología televisiva, elevando el porcentaje total de hogares adaptados en el territorio español hasta el 89,3%.



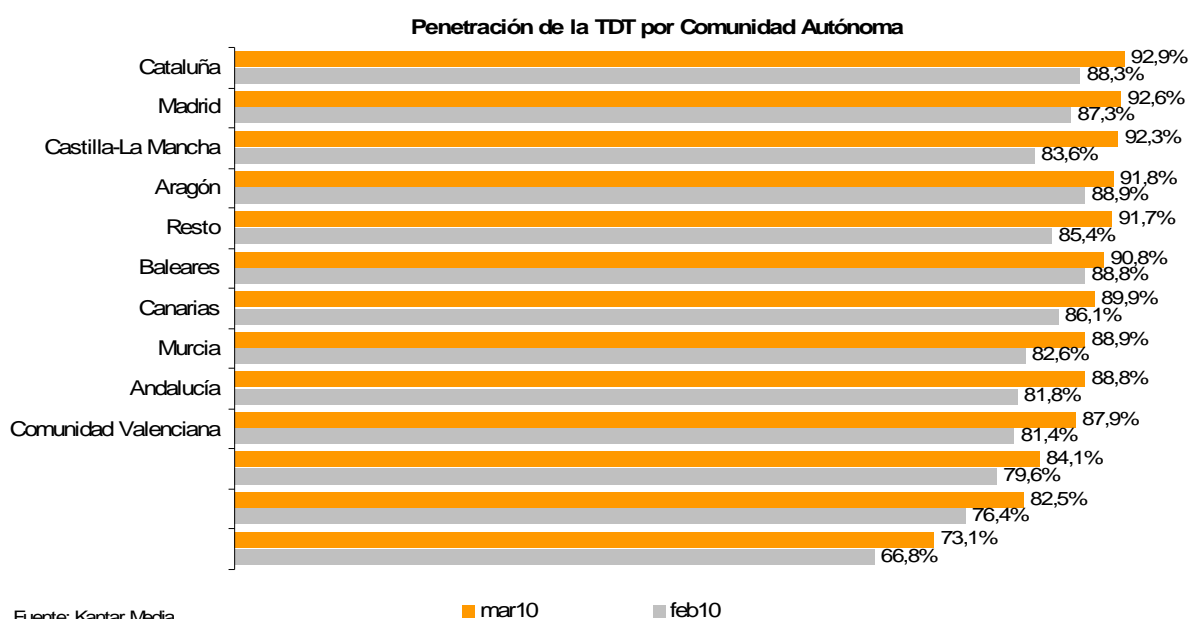
Fuente: Kantar Media

La cifra de penetración de la TDT alcanzada en marzo no significa que el 10,7% restante de los hogares haya quedado ‘atrapado’ en la televisión analógica o se haya quedado directamente sin emisiones de televisión, puesto que una buena parte de los hogares que no se han adaptado a la TDT disponen de otros tipos de acceso a la televisión digital multicanal - cable, satélite o televisión IP-.

En cuanto a la distribución por Comunidades Autónomas, la mayoría de las zonas se mueven en un estrecho margen alrededor de la media. En la parte superior de la tabla aparecen Cataluña con una penetración del 92,9%, Madrid con el 92,6% y Castilla-La Mancha con el

92,3% (en este último caso, después de un espectacular incremento mensual cercano a los 9 puntos).

Por su lado, las Comunidades del norte Peninsular, donde la penetración de la televisión por cable es muy importante, presentan porcentajes de hogares adaptados a la TDT por debajo del promedio nacional. Sin embargo, en el mes de marzo la aceleración final del proceso de migración se ha traducido también en avances notables de la TDT, con incrementos porcentuales de más de 6 puntos netos mensuales en el País Vasco y Asturias.



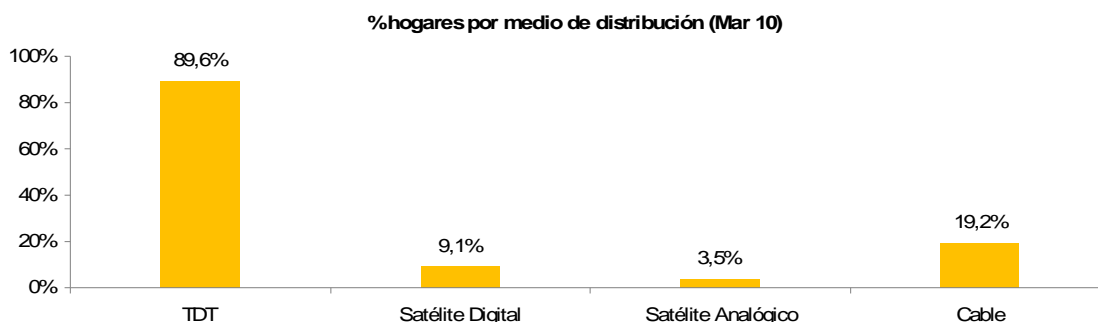
La televisión en España ya es prácticamente digital

A falta de que los hogares más rezagados se incorporen definitivamente a la TDT en las próximas semanas, el mapa general de la televisión en España según sistemas de difusión queda establecido de la siguiente manera:

-La TDT es el medio de difusión claramente mayoritario, al estar presente prácticamente en el **90% de los hogares**.

-Los sistemas **multicanal de pago (satélite, cable y TV-IP) acumulan cerca del 28%** de los hogares del país.

-Algo más de un 80% de los hogares españoles disponen de capacidad de recepción de televisión analógica -tanto terrestre como satelital-, lo que puede producir unas audiencias analógicas residuales a pesar del encendido digital definitivo. Las emisiones a través de satélite analógico, que corresponden a las televisiones extranjeras además de alguna cadena local cuyas irregulares emisiones analógicas pudieran continuar, constituirán el único reducto de la televisión analógica, que en un futuro casi inmediato está condenada a desaparecer



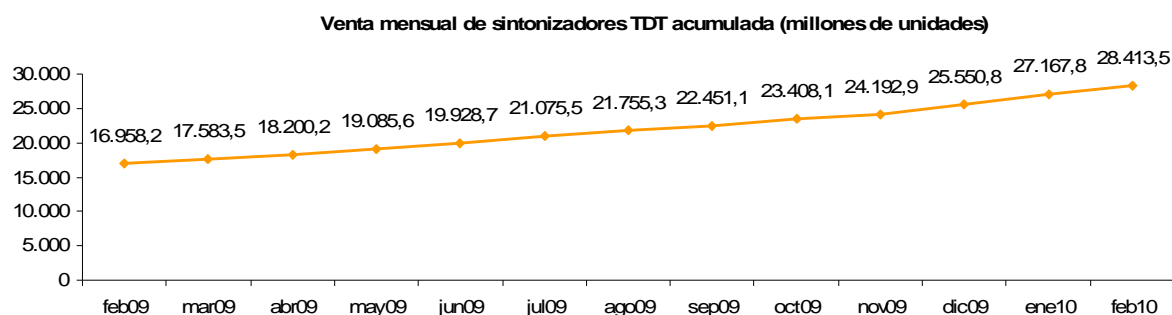
Fuente: Kantar Media

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS DE SINTONIZADORES TDT

En febrero continuó la alta intensidad en la adquisición de equipos TDT

La comercialización de receptores de TDT mantuvo un ritmo muy elevado durante el mes de febrero: 1.245.000 nuevos equipos salieron de las tiendas, superando las ventas mensuales la cifra de un millón de unidades por tercer mes consecutivo.

Después de los excepcionales resultados de diciembre de 2009 (1,4 millones de sintonizadores) y de enero de 2010 (1,6 millones), la demanda de equipos TDT en febrero de 2010 es la tercera más importante en la evolución histórica de este indicador.



Fuente: GfK

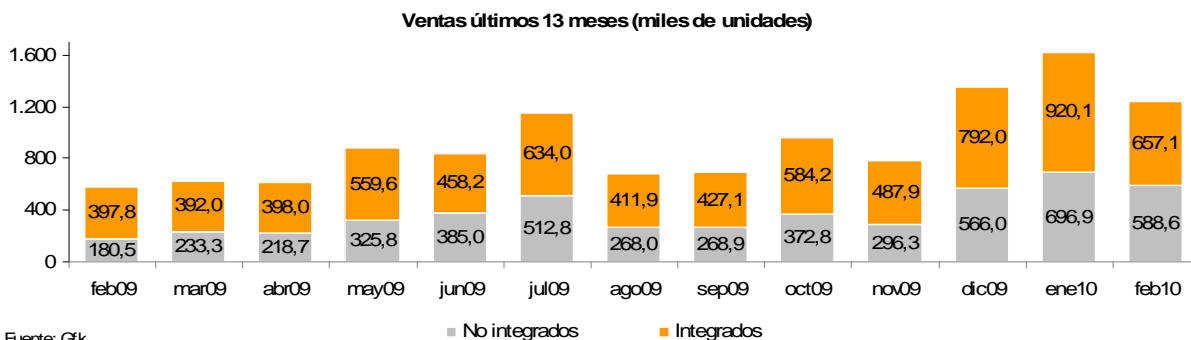
Con las ventas registradas en febrero por el panel de GfK, el parque total de sintonizadores TDT vendidos en la Península e Islas Baleares desde el inicio de la transición digital se eleva a 28,4 millones de unidades. Si se extrapola este dato al total del territorio español, con la inclusión de las ventas en Canarias, Ceuta y Melilla y con la distribución de equipos TDT directamente comercializados por los fabricantes o por los instaladores, o que han sido adquiridos por los usuarios a través de otros canales de distribución no contemplados en el panel o bien en otros países, el parque total de receptores TDT en España se estima por encima de los 31 millones de equipos.

Los equipos externos de TDT mantuvieron en el último momento una elevada demanda entre los españoles

Los descodificadores externos conservaron en febrero su primacía, iniciada en la última parte del proceso de transición. Su proporción entre el total de ventas de equipos TDT fue incluso superior a la que en términos relativos había venido presentando los meses anteriores. En concreto, se comercializaron 588.600 ‘descos’, que representan el 47,3% de la demanda total de equipamiento de TDT en febrero. Por tercer mes consecutivo, las ventas de esta tipología

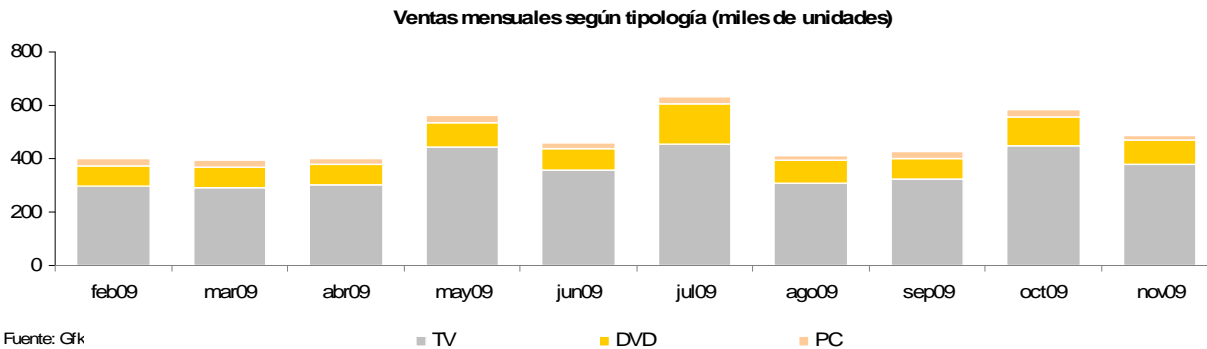
de dispositivos se situaban por encima de la barrera del medio millón de unidades, una cifra que en el pasado sólo se había rebasado en el mes de julio de 2009, como consecuencia directa del inicio de los apagados analógicos correspondientes a la Fase I.

Como ya se indicaba en el informe de Impulsa TDT de marzo, las adaptaciones de última hora de televisores analógicos instalados en los hogares es la explicación más razonable de este buen comportamiento comercial de los sintonizadores externos. Por otra parte, los precios medios de los descodificadores externos han seguido reduciéndose a pesar del incremento de la demanda suscitada por las compras de equipos en el último momento.

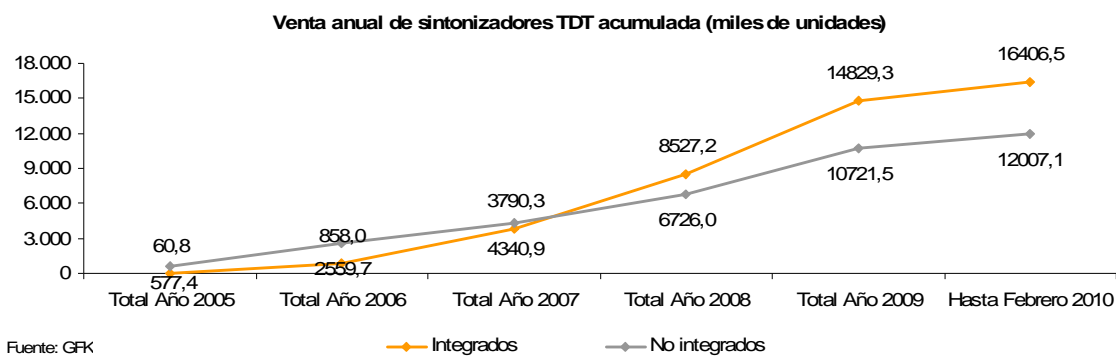


Por otro lado, el conjunto de los equipos con TDT integrada alcanzaron en febrero unas cifras de 657.100 unidades, una cantidad respetable a pesar de suponer un descenso frente a los excepcionales meses precedentes.

Dentro de esta tipología de receptores dominan claramente, una vez más, los televisores con TDT (504.000 unidades en dicho mes, el 40,5% de las ventas globales), seguidos a cierta distancia de los reproductores y/o grabadores de DVD con TDT integrada, y de los dispositivos para la recepción de TDT en ordenadores personales.



En el mes inmediatamente anterior a la extinción definitiva de las señales analógicas en España, el total de receptores de TDT vendidos directamente al usuario final en la Península y Baleares (con la exclusión de Canarias, Ceuta y Melilla, que elevarían los volúmenes totales reales) estaba formado por 16,4 millones de equipos integrados más 12,0 millones de descodificadores o sintonizadores externos, utilizados principalmente para prolongar la vida de los televisores analógicos presentes en los hogares.

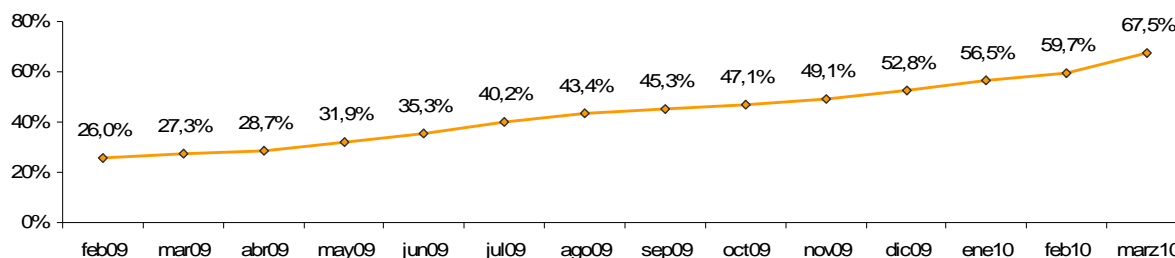


AUDIENCIA DIGITAL TERRESTRE

TDT: share 67,5% en marzo

En el mes de marzo de 2010, el cierre de la mayoría de los procesos de apagado analógico pendientes -incluidas las grandes concentraciones urbanas de Madrid, Barcelona y Sevilla- ha determinado un incremento en la cuota de pantalla de la TDT lógicamente nunca visto hasta ahora: desde el 59,7% registrado en febrero hasta el 67,5% con el que ha concluido marzo, es decir, 7,8 puntos netos de variación intermensual.

Evolución de la cuota de pantalla de la TDT en España

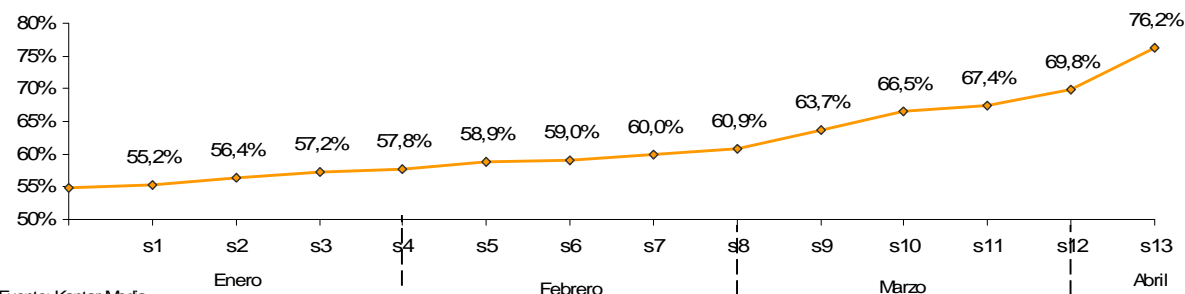


Fuente: Kantar Media

La aceleración de la evolución de este dato ha requerido en la parte final del proceso un análisis más detallado. Es por ello que desde el comienzo de 2010 hemos ofrecido información sobre la evolución semanal de la cuota de pantalla de la TDT con el fin de poder observar de una forma más clara la rapidez con que el share de la TDT ha continuado creciendo progresivamente en las últimas semanas.

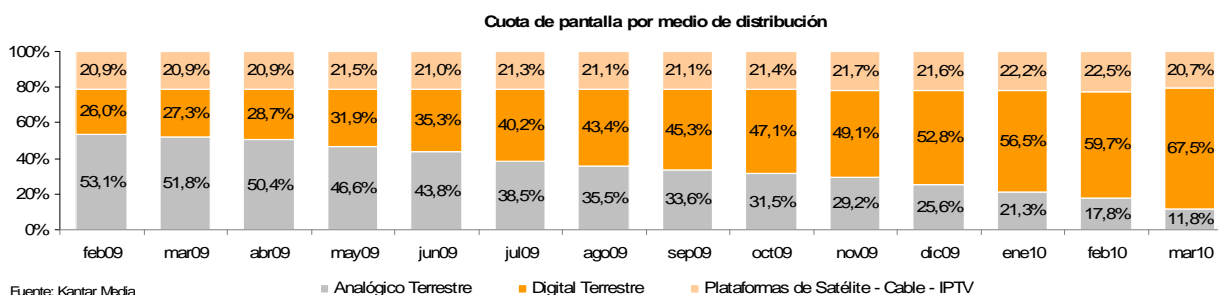
En la semana del 22 al 28 de marzo, el share de la TDT ya se acercaba a los 70 puntos (69,8%), mientras en la semana siguiente (con los apagados, entre otros, de Madrid, Barcelona y Sevilla), la cuota creció hasta los 76,2 puntos porcentuales. Esto ha dejado el consumo de la televisión analógica reducido a un residual del 2,8% de la audiencia total.

Evolución semanal de la cuota de pantalla de la TDT en España



Fuente: Kantar Media

Aún así, los promedios del mes de marzo siguen dando a la televisión analógica una cuota del 11,8%, que quedará claramente minimizada en los siguientes periodos mensuales.



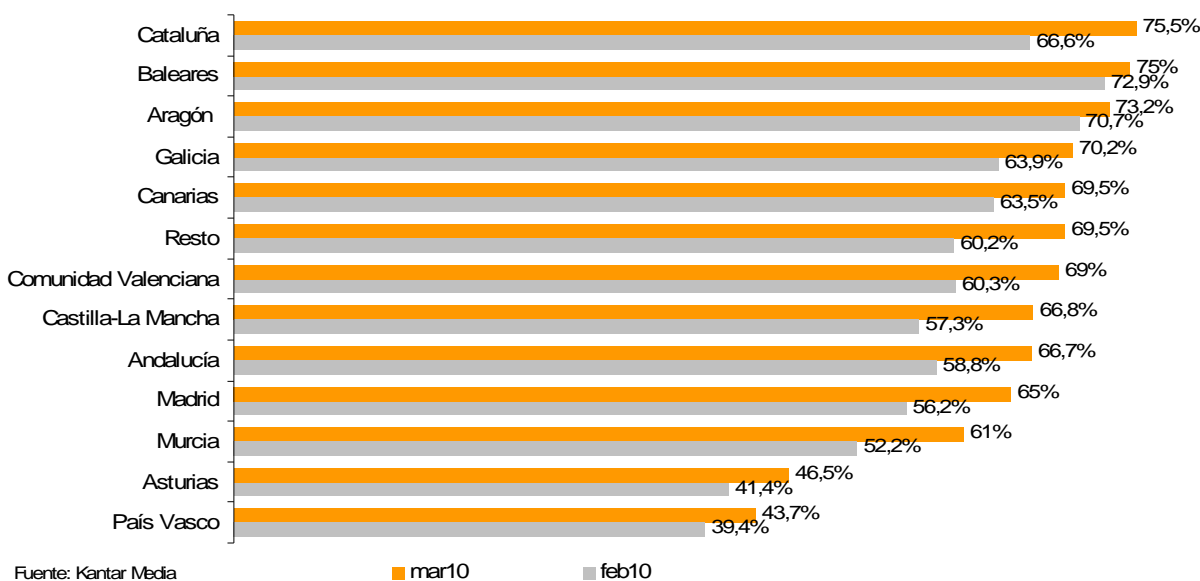
Incrementos mensuales destacados en todas las Comunidades Autónomas

Los incrementos mensuales de la cuota de la TDT en marzo son muy notables en la mayoría de las Comunidades. Así por ejemplo, Cataluña recupera la primera posición con un share TDT del 75,5% después de un ‘salto’ mensual positivo de 8,9 puntos.

Además, en el territorio conceptualizado como “Resto”, el cual está formado en general por las Comunidades sin televisión pública propia, el incremento inter-mensual supera los 9 puntos porcentuales, al igual que en Castilla-La Mancha. En otras Comunidades especialmente importantes por su peso demográfico, como Andalucía o Madrid, las variaciones positivas han sobrepasado los 8 puntos de share en un solo mes.

Por su parte, en las Comunidades donde el cese de las emisiones analógicas había afectado previamente a ciudades importantes de su territorio (como Baleares y Aragón), el crecimiento mensual de marzo ha sido menos marcado, pero asimismo muy significativo.

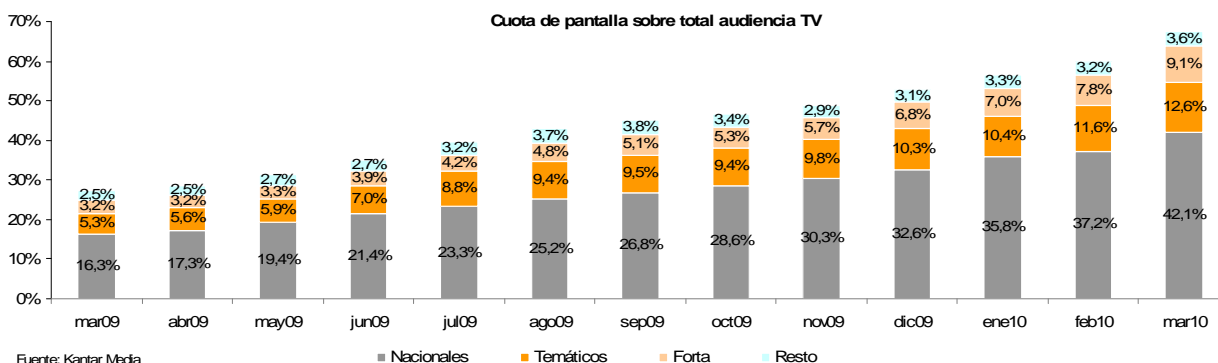
Cuota de pantalla TDT por Comunidad Autónoma



Los canales temáticos alcanzan el 12,6% de la audiencia total

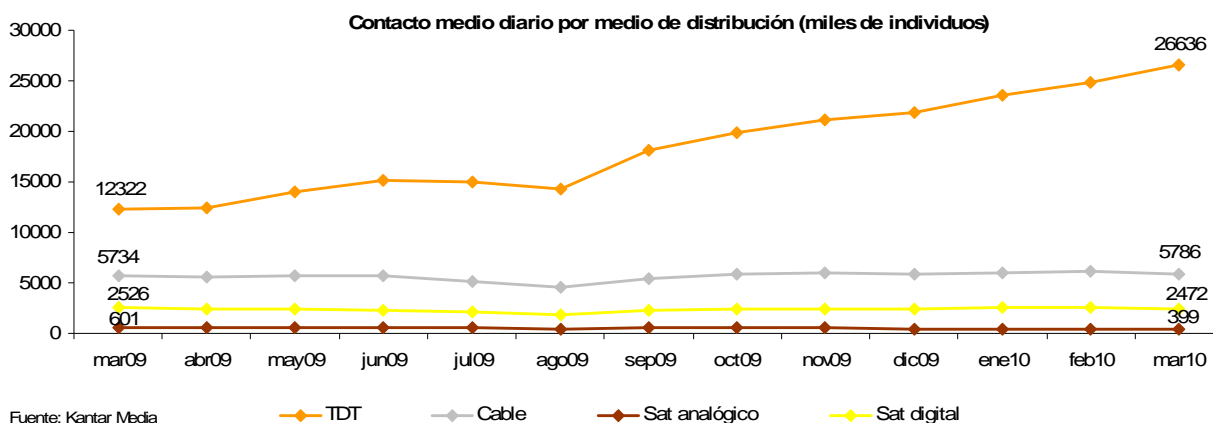
Los resultados de audiencia del mes de marzo ofrecen ya una ventana casi definitiva del que puede ser el peso de los grandes canales tradicionales y el papel de los canales temáticos “con concesión TDT” -según la terminología de Kantar Media- en el nuevo escenario audiovisual que se abre tras el cese definitivo de las señales analógicas.

Como se observa en el gráfico siguiente, los canales nacionales generalistas que hasta ahora emitían en ‘simulcast’ acumulan el 42,1% de la cuota de pantalla total, mientras los autonómicos concentran un 9,1% de la audiencia. Por su lado los canales temáticos de la oferta nacional de TDT han obtenido en marzo de 2010 un peso conjunto del 12,6%.



El contacto medio diario alcanza en marzo los 26,6 millones de individuos

El número medio de personas que diariamente han contactado con la TDT ha ascendido en marzo hasta los 26,6 millones de personas. A lo largo del último mes con vigencia de la televisión analógica, un total de 1,8 millones de ciudadanos se han incorporado a la audiencia habitual de los canales y servicios de la TDT.



Emisiones TDT más vistas en marzo

Entre los canales nacionales que hasta el mes de marzo emitían en ‘simulcast’, las emisiones más vistas en TDT aparecen claramente dominadas por el deporte. Las distintas competiciones de fútbol más el inicio de la temporada de Fórmula 1 son, sin discusión, los espacios de mayor audiencia.

El partido de fútbol amistoso Francia-España es el evento más destacado, con una audiencia en TDT de 5,2 millones de espectadores. TVE 1 también sitúa en el ranking de marzo el partido de la Liga de Campeones entre el Sevilla y el CSKA de Moscú, que acumuló 3,3 millones de individuos. El Real Madrid-Sevilla de la Liga española en La Sexta supera también los 3 millones de espectadores, aunque el evento más notable del canal en el mes ha sido el Gran Premio de Bahrein de Fórmula 1, con 3,4 millones de seguidores en la carrera y cerca de 3,8 millones en la post-transmisión.

Los contenidos no deportivos tienen su principal representante en ‘Águila Roja’, la serie histórica de TVE 1 que en su emisión más rentable de marzo superó los 4 millones de espectadores en TDT. El mismo canal aporta también la película ‘Deja vu’ y el espacio de humor ‘La Hora de José Mota’, con 2,8 millones de espectadores digitales.

EMISIONES MÁS VISTAS EN LOS CANALES SIMULCAST, MARZO-2010

Datos Kantar Media, total España, individuos 4+ años

Programa	Canal	Fecha	% Aud	Miles	Share
FÚTBOL AMISTOSO: FRANCIA-ESPAÑA	TVE1	03/03/2010	11,8	5202	39,5
ÁGUILA ROJA	TVE1	25/03/2010	9,3	4084	29,9
POST FÓRMULA 1: G.P.BAHREIN	LA SEXTA	14/03/2010	8,5	3751	38,4
PELÍCULA DE LA SEMANA: DEJA VU	TVE1	14/03/2010	7,9	3486	28,6
FÓRMULA 1: G.P.BAHREIN	LA SEXTA	14/03/2010	7,8	3436	45,8
POST FÚTBOL AMISTOSO: FRANCIA-ESPAÑA	TVE1	03/03/2010	7,8	3417	25,8
FÚTBOL LIGA CAMPEONES: SEVILLA-CSKA MOSCÚ	TVE1	16/03/2010	7,5	3285	26,1
FÚTBOL LIGA ESPAÑOLA: R.MADRID-SEVILLA	LA SEXTA	06/03/2010	7,4	3229	29,2
EL TIEMPO 2	TVE1	25/03/2010	6,8	3006	21,6
LA HORA DE JOSÉ MOTA	TVE1	05/03/2010	6,6	2883	24,1

Los canales temáticos y específicamente creados para la TDT no presentan variaciones en cuanto a los contenidos más destacados: el dominio de la programación infantil sigue siendo una de las características más sensibles de esta sección de la oferta digital. En marzo, ‘Los Simpson’ de Neox se sitúan en cabeza de los espacios más vistos, con una marca de 833.000 espectadores medios en su emisión más rentable. Otros espacios habituales del ránking, ‘Bob Esponja’ en Clan TVE y ‘Patito Feo’ en Disney Channel, superan la cifra de los 700.000 espectadores medios.

La Euroliga de baloncesto en Teledeporte y la Liga española de fútbol en Gol Televisión, son los contenidos más destacados en los canales deportivos este mes. En el capítulo de información y actualidad, los espacios de mayor audiencia han sido ‘El Gato al Agua’ de Intereconomía, ‘Comando Actualidad’ de 24 Horas, y el noticiero ‘Hoy’ de CNN+.

En los canales semi-generalistas y generalistas de nuevo cuño, la ficción ha sido el contenido preferido por los espectadores de la TDT en marzo. El cine domina en Antena.Nova y Veo 7, mientras las series están representadas por ‘La que se Avecina’ en FDF y ‘La Juez Amy’ en Veo 7. Por su parte, ‘Gran Hermano’ se mantiene como el espacio de referencia en La Siete.

EMISIÓN MÁS VISTA EN CADA CANAL TEMÁTICO, MARZO-2010

Datos Kantar Media, total España, individuos 4+ años

Programa	Canal	Fecha	% Aud	Miles	Share
LOS SIMPSONS	ANTENA.NEOX	08/03/2010	1,9	833	6,9
BOB ESPONJA	CLAN TVE	24/03/2010	1,8	771	6,7
PATITO FEO	DISNEY CHANNEL	03/03/2010	1,7	755	5,6
BALONCESTO EUROLIGA: BARCELONA-R.MADRID	TELEDEPORTE	23/03/2010	1,3	586	4,7
LA QUE SE AVECINA	FDF-T5	14/03/2010	1,0	433	3,5
CINE: NIÑERA EXPRESS	ANTENA.NOVA	07/03/2010	0,9	403	3,2
GRAN HERMANO: EL REENCUENTRO	LASIETE	25/03/2010	0,9	397	2,8
EL GATO AL AGUA	INTERECONOMIA	22/03/2010	0,9	389	3,1
COMANDO ACTUALIDAD	24 HORAS	28/03/2010	0,5	231	1,9
VEOCINE: CERCO ROTO	VEO7	14/03/2010	0,5	200	2,2
LA JUEZ AMY	SONY TV EN VEO	13/03/2010	0,4	165	1,7
HOY	CNN+	04/03/2010	0,4	164	1,3
FÚTBOL LIGA ESPAÑOLA: BARCELONA-OSASUNA	GOL T	24/03/2010	0,3	116	1,1
PREMIOS DIAL	40 LATINO	07/03/2010	0,2	98	2,5

OTROS ASUNTOS DE INTERÉS SOBRE LA TDT

En las últimas fechas y de forma casi simultánea con la definitiva entrada de la Televisión Digital Terrestre en el panorama audiovisual español, se han aprobado una serie de medidas y ordenes de ámbito legislativo que pretenden regular de forma completa, integradora y con visión de futuro las operaciones y servicios audiovisuales. Estas dos importantes normativas ya aprobadas y publicadas en el BOE son:

La Ley 7/2010 de 31 de marzo General de la Comunicación Audiovisual, que se publicó el jueves 1 de abril en el Boletín Oficial del Estado y que entrará en vigor el próximo 1 de mayo.

Con la finalidad de agrupar un número importante de regulaciones dispersas y, en ocasiones, desfasadas en un **marco legal único y actualizado**, esta ley regula las nuevas situaciones que se han ido produciendo y ordenando a medio y largo plazo en un sector cada vez con más peso y trascendencia social y económica. Además de incluir las normas aprobadas en los meses anteriores, traspone las indicaciones sobre publicidad y contenidos audiovisuales de la nueva Directiva europea 2007/65/CE de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Aspectos adicionales del panorama audiovisual regulados por la LGCA:

- La figura del **Consejo Estatal de Medios Audiovisuales** (CEMA) como autoridad reguladora del sector audiovisual que ejerce sus competencias bajo el principio de independencia de los poderes políticos y económicos. Cuenta con capacidad sancionadora y, entre sus funciones, está la de velar por el cumplimiento de las normas que afectan al mercado televisivo, garantizar la transparencia y el pluralismo en el sector y la independencia e imparcialidad de los medios públicos
- Los derechos de los **menores**
- El acceso a los contenidos audiovisuales de las **personas con diferentes problemas de discapacidad**
- Las emisiones de **publicidad** conforme a los criterios establecidos por la Directiva comunitaria 2007/65/CE
- Las **condiciones de contratación** en exclusiva de contenidos audiovisuales
- El **régimen jurídico** para la prestación del servicio de comunicación audiovisual, con una regulación más amplia de los **canales de pago**
- Los **nuevos entrantes tecnológicos** como la televisión en **movilidad**, las emisiones en **alta definición** y la **interactividad**

- Las condiciones de **pluralismo y transparencia** en el mercado de la radio y la televisión, regulando la participación de los distintos prestadores de estos servicios
- El **servicio público** audiovisual y su financiación
- El **acceso a las plataformas de cable y de satélite** de los canales en abierto públicos y privados

El Real Decreto 365/2010 de 26 de marzo, publicado el sábado 3 de abril se en el Boletín Oficial del Estado, **por el que se regula la asignación de los múltiples de la TDT tras el cese de las emisiones analógicas.**

Esta norma planifica el camino que debe recorrer todavía el proceso de transición para determinar la **ubicación y cobertura de los nuevos múltiples de la TDT de ámbito estatal y autonómico** y para reservar la banda radioeléctrica de 790 a 862 MHz (que se corresponde a los canales radioeléctricos 61 a 69), como **dividendo digital**, para servicios avanzados de comunicaciones electrónicas de carácter pan-europeo.

Para ello, el Real Decreto establece **dos fases**: durante la primera, que tendrá una duración de nueve meses, cada una de las sociedades concesionarias del servicio público de televisión terrestre de ámbito estatal que hayan acreditado el cumplimiento de las condiciones exigidas accederá a la capacidad equivalente a un múltiple digital. Para ello se planificarán tres nuevos múltiples digitales en las frecuencias utilizadas para la difusión analógica. En **la segunda fase**, que **deberá estar terminada antes del 1 de enero de 2015**, se planificarán nuevos múltiples para liberar las frecuencias entre los 790 y 862 MHz y asignar múltiples definitivos a las sociedades habilitadas para su explotación.

CONCLUSIONES Y VALORACIONES

En este último informe mensual que publica Impulsa TDT sobre la situación de la Televisión Digital Terrestre, que ya es la nueva realidad audiovisual, no podemos obviar la positiva participación de todos los ciudadanos españoles. Son ellos los que realmente han hecho posible que los principales indicadores en los últimos meses de este largo periodo de cambio hayan recorrido una curva ascendente casi vertiginosa. Esto ha generado la necesidad de pormenorizar el análisis con una frecuencia semanal en un intento de poder explicar mejor la forma en que se ha ido completando el mayor proceso migratorio de la historia del sector audiovisual.

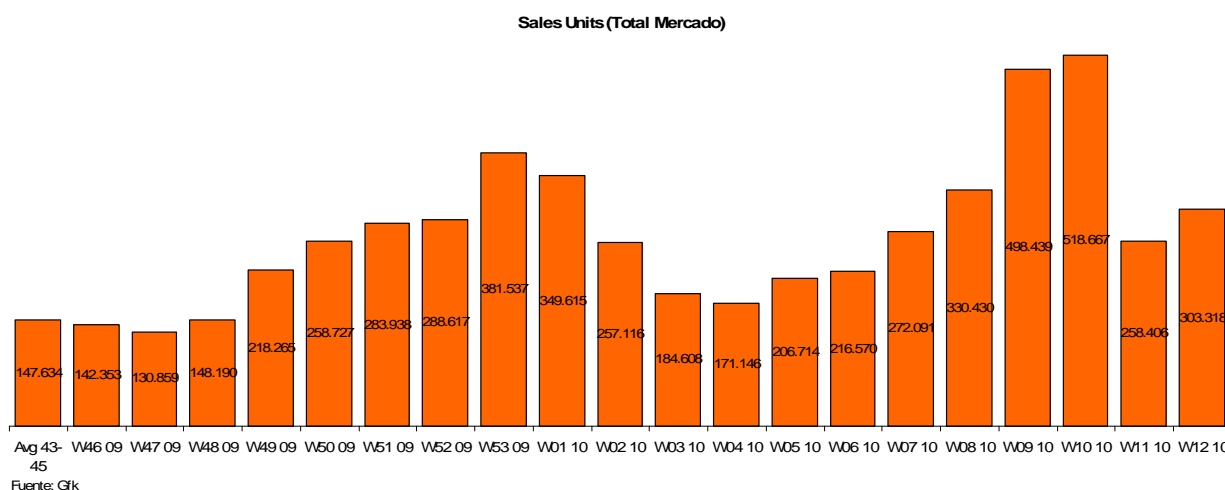
De todos los indicadores que han permitido un seguimiento del proceso de transición, son dos los que especialmente hablan de este esfuerzo de los telespectadores en general:

1. La cuota de pantalla, que indica la adaptación de las costumbres de los usuarios de televisión, es uno de los grandes logros propiciados por los ciudadanos, a pesar de la resistencia que todo proceso de cambio suele generar en la sociedad. Lógicamente este proceso de familiarización con la nueva tecnología y los cambios que supone en el consumo de una de las principales fuentes de ocio, la televisión, ha ido evolucionando muy despacio hasta hacerse con el reinado en el último momento del proceso, con crecimientos semanales impensables hace tan sólo un año:

- En enero la cuota de pantalla de la TDT creció 5 puntos porcentuales.
- En febrero dicho dato subió 3,10 puntos porcentuales.
- En marzo el aumento dio un salto de 9,8 puntos.

Sólo en la primera semana de abril, coincidiendo con el estreno total de la TDT como única forma de acceder a los contenidos televisivos, el crecimiento ha sido de 6,4 puntos porcentuales y presenta como punto de partida para el comienzo de esta España digital un nivel del 76,2% del consumo total en televisión.

2. El equipamiento TDT. Se han vendido en las 12 primeras semanas de 2010 prácticamente 3,6 millones de equipos TDT, es decir, el 35% del total de ventas de 2009, según el panel de Gfk. Esto muestra una velocidad mayor a la esperada en el comportamiento de los usuarios que, a pesar de la crisis económica, no han dudado en adecuar no sólo el equipo audiovisual principal sino también los secundarios. Esto se ve reflejado muy bien en el ritmo de ventas semanal:



Aunque aún quedan televisiones analógicas por adaptar, actualmente se estima que en España el parque total de receptores de TDT supera los 31 millones de dispositivos instalados tanto en los hogares como en las segundas residencias. Siendo el parque total de televisiones superior a los 33 millones, en las próximas semanas los españoles continuarán adquiriendo receptores TDT hasta completar totalmente la adaptación de todos los equipos.

A esto hay que añadir que, en poco más de cuatro años, gracias al consenso de todos los agentes involucrados en esta migración (administraciones públicas, operadores de televisión, operadores de señal, fabricantes de equipos de electrónica, centros de distribución, agencias publicitarias, asociaciones, universidades, etc.), ha sido posible completar la transición a la TDT con éxito en España, un cambio coyuntural que afecta directamente a una de las costumbres sociales más consolidadas, la forma de ver la televisión iniciada en nuestro país hace casi 54 años con la señal analógica.

El pasado martes 30 de marzo el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio ofreció un acto de bienvenida a la TDT en el que se procedió al apagado definitivo de una gran parte de las emisiones analógicas en España. Dicho día, la migración tecnológica se había completado en 84 de los 90 proyectos técnicos y los 6 que quedaban pendientes han sido apagados los días siguientes. Así España se estrenó como país completamente digitalizado, dos años antes de la fecha límite estipulada por la Unión Europea (2012), confirmando el liderazgo internacional de nuestro país en esta materia.

Hoy los 90 proyectos técnicos están completados gracias a la existencia de una cobertura del 99% poblacional. El rigor en la ejecución de los planes y el gran esfuerzo compartido por todos los agentes para hacer realidad el cambio, ha sido capaz de mover, según estimaciones de la SETSI, más de 12.000 millones de euros y más de 40.000 puestos de trabajo, impulsando actividades en más de 10.000 empresas que ahora están exportando su *know how* a países como Alemania, Reino Unido, etc.

Para Impulsa TDT el éxito de esta implantación de la nueva tecnología se ha debido, además del esfuerzo coordinado de los agentes y la rotunda colaboración de los ciudadanos, fundamentalmente a tres factores:

1. La herencia de la significativa cobertura heredada de Quiero TV (80%), la fallida experiencia de TDT de pago anterior al PNT.
2. La inamovilidad de la fecha límite final del 3 de abril de 2010 para el cese total de las emisiones analógicas en España, a pesar de las posiciones escépticas o pesimistas de algunos observadores.
3. La estructuración de los apagados en tres fases diferentes, que ha permitido abordar el proceso de forma progresiva en todo el territorio nacional, aprendiendo de la experiencia de los primeros ceses y creando un círculo virtuoso ceses-incremento penetración / audiencia-interés canales exclusivos TDT

Durante los cuatro años que ha durado este proyecto, Impulsa TDT en representación de sus socios, los operadores de televisión públicos y privados de alcance nacional y el operador nacional de red, ha tenido el honor de participar en este proceso histórico como un agente de gran influencia en la promoción y en el desarrollo de la Televisión Digital Terrestre, hasta conseguirse la digitalización total de España en la fecha prevista en un proyecto emblemático acreditativo del orgullo nacional. Una parte significativa de este esfuerzo, se recogerá en el Informe Final que Impulsa TDT tiene previsto hacer público en las próximas semanas.

Queremos aprovechar la ocasión de este último informe mensual para hacer un agradecimiento explícito a todos los colaboradores de Impulsa TDT en este proceso, sin cuya contribución no podríamos haber llevado a cabo nuestra labor. Sin duda, una parte del éxito conseguido se debe a ellos.

Agradecemos igualmente a los seguidores habituales de estos informes y a los medios informativos el habernos hecho merecedores de su confianza como suministradores de la información más importante del proceso de transición, aspecto que se ha probado muy relevante en el total de las actividades desarrolladas.

Documento elaborado con datos de Abertis Telecom, Gfk, Kantar Media, Fenitel, AIMC y la colaboración de Aptivo y Corporación Multimedia

Para más información: www.impulsatdt.es