

# INFORME MENSUAL

El 3 de abril de 2008, se presentó el primer Informe Anual de la TDT, que ofrecía un resumen del avance de la TDT desde su lanzamiento en noviembre 2005. Los indicadores alcanzados, 1,2 millones de receptores TDT vendidos en los dos primeros meses, 2,5 puntos netos más de cuota de pantalla de la TDT y 1 millón de nuevos espectadores en el primer trimestre, auguran una gran expansión de la TDT esta anualidad.

## DESTACADOS

- Sofres estima que el dato de **penetración TDT** en los hogares a cierre de marzo 2008, se sitúa en torno al **30%**, **habiendo crecido casi 3 puntos porcentuales en el primer trimestre del año 2008**
- Ya se han vendido 9.3 millones de sintonizadores TDT desde su relanzamiento, alcanzándose casi la cifra **de medio millón de unidades** en el último periodo analizado (**febrero 2008**).
- **En el último año móvil (de marzo de 2007 a febrero de 2008), se han vendido 1,8 dispositivos integrados por cada equipo no integrado. Continúa el irresistible ascenso en las ventas de los equipos TDT integrados, gracias al crecimiento permanente de las ventas de los televisores planos LCD.**
- **Drástica reducción en las ventas de televisores analógicos en febrero 2008, vendiéndose tan sólo 78.000 unidades**, lo que supone un 45% menos que la media mensual de ventas de los periodos anteriores
- **En los dos primeros meses de 2008 la cifra de venta de descodificadores externos ha sido de 400.000 unidades**, un 20% más de lo que se vendió esos mismos periodos en la anualidad 2007.
- **España**, en comparación con los principales países europeos en proceso de transición, ocupa la **segunda posición de venta de equipos TDT por cada mil hogares, con un promedio de 585.**
- **La cuota de pantalla de la TDT alcanza el 12%, habiendo crecido 2,5 puntos netos de cuota en el primer trimestre del 2008.** Cada vez más los radiodifusores van adecuando su oferta de contenidos.

## 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](http://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.

<b>Cobertura</b>	<b>Población con cobertura TDT canales nacionales</b> (Jul 07) 85,38% <i>Fuente: Abertis Telecom</i>	<b>Fases de cobertura</b> (Jul 08) 88% <i>Fuente: MITYC</i>			
<b>Adaptación de Antenas</b> <i>Fuente: Fenitel</i>	<b>Edificios con antena colectiva preparada a la TDT</b> (Dic 07) 51,7%				
<b>Equipamiento</b> <i>Fuente: Gfk</i>	<b>Sintonizadores TDT vendidos en España</b> (Mar 03 . Feb 08) 9.293.032	<b>Descodificadores TDT externos vendidos</b> (Feb 08) 141.182	<b>Televisores vendidos con TDT</b> (Feb 08) 251.880 76,3%	<b>DVDs vendidos con TDT</b> (Feb 08) 57.966	<b>Coste medio descodificadores externos</b> (Feb 08) 42,12 "
<b>Penetración</b>	<b>Hogares conectados TDT</b> (Nov 07) 23,4% <i>Fuente: AIMC*</i>	<b>Individuos conectados TDT</b> (Nov 07) 26,4% <i>Fuente: AIMC*</i>	<b>Estimación de hogares conectados a la TDT</b> (Mar 08) <b>30,5%</b> <i>Fuente: Sofres</i>		
<b>Audiencia</b> <i>Fuente: Sofres</i>	<b>Cuota de pantalla TDT</b> (Mar 08) 12%	<b>Contacto medio diario con TDT</b> (Mar 08) 5,9 millones	<b>Consumo medio diario de TDT</b> (Mar 08) 90 minutos		
<b>Indicadores Europeos</b> <i>(Dato no homogéneo pero si comparable para medir el avance TDT)</i>	<b>Penetración Alemania</b> (Jun 07) 9,9% <i>Fuente: GSDZ</i>	<b>Penetración Francia</b> (Ene 08) 28,2% <i>Fuente: TNT Groupement</i>	<b>Penetración Italia</b> (Mar 08) 23,7% <i>Fuente: DGTvI</i>	<b>Penetración Reino Unido</b> (Dic 07) 59,7% <i>Fuente: Ofcom</i>	
<b>Percepción de Usuarios</b>	Casi la mitad de la población española mayor de edad ha oído hablar del próximo final de las emisiones analógicas. La valoración general de la TDT se sitúa en 6,8 puntos en una escala de 1 a 10 (donde 10 significa %totalmente satisfecho+), tres décimas menos que en la anterior entrega del estudio de Impulsa TDT. (Nov 07) <i>Fuente: Random</i>				

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

## PRESENTACIÓN DEL PRIMER ANUARIO DE IMPULSA TDT

---

El 3 de abril de 2008 se presentó públicamente ante los principales agentes del sector involucrados, el primer **Informe Anual de la TDT en España a lo largo de 2007**, realizado por Impulsa en los últimos meses.

En dicho acto, se contó con la presencia de Excmo. Sr. Francisco Ros, Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, que inauguró y clausuró dicho acto. Su intervención estuvo seguida por la del Ilmo. Sr. Bernardo Lorenzo, Director General de Telecomunicaciones y Tecnología de la Información. Tras él, D. Eladio Gutiérrez, actual Presidente de Impulsa TDT, realizó un resumen del contenido general del Anuario TDT 2007.

Dicho informe, que se halla gratuitamente a disposición de los interesados en la dirección electrónica  
[http://www.impulsatdt.es/pdf/ponencias/ANUARIO\\_TDT\\_2007.pdf](http://www.impulsatdt.es/pdf/ponencias/ANUARIO_TDT_2007.pdf) recopila los principales indicadores elaborados por el Observatorio para el seguimiento de la transición de la televisión analógica a la digital terrestre durante la anualidad 2007, así como los hitos más destacados en los entornos normativo y del mercado audiovisual. El contenido de dicho informe abarca los siguientes aspectos:

- ✓ Contexto General del sector Audiovisual
- ✓ Regulación y Plan nacional de Tránsito a la TDT
- ✓ El proceso de Transición y Ámbitos tales como:
  - a. Cobertura
  - b. Adaptación de antenas colectivas
  - c. Ventas de equipos receptores TDT
  - d. Penetración de la TDT en los hogares
  - e. Audiencias TDT

f. Percepción de los ciudadanos respecto de esta nueva tecnología

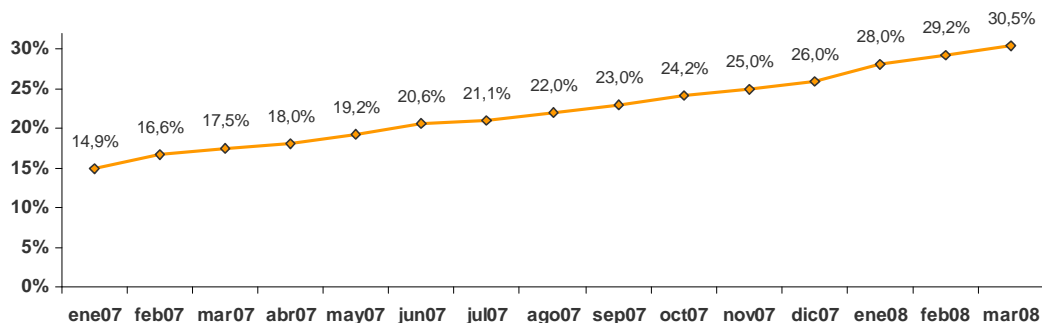
- ✓ Posicionamiento de la TDT en España y algunos países europeos
- ✓ Principales hitos de los dos años desde el lanzamiento
- ✓ Oferta Canales TDT

## PENETRACIÓN DE LA TDT EN LOS HOGARES

A punto de publicarse el próximo dato que arroja la primera ola 2008 de la encuesta EGM (fuente AIMC), que se incluirá en nuestro próximo informe mensual, el dato de TNS Audiencia de Medios acerca de **la penetración de la TDT en los hogares** españoles, estimado a través de su muestra, indican que ésta ha crecido 1,3 puntos en marzo de 2008, y **se sitúa ya en el 30,5%**.

El incremento mensual es muy similar al que había tenido lugar en el mes anterior, por lo que **el saldo positivo del primer trimestre del año acumula una subida de dos puntos y medio**. La comparación interanual de marzo de 2008 respecto del mismo mes del año anterior señala una variación positiva del 74,3%.

Penetración de la TDT en España



Fuente: Sofres

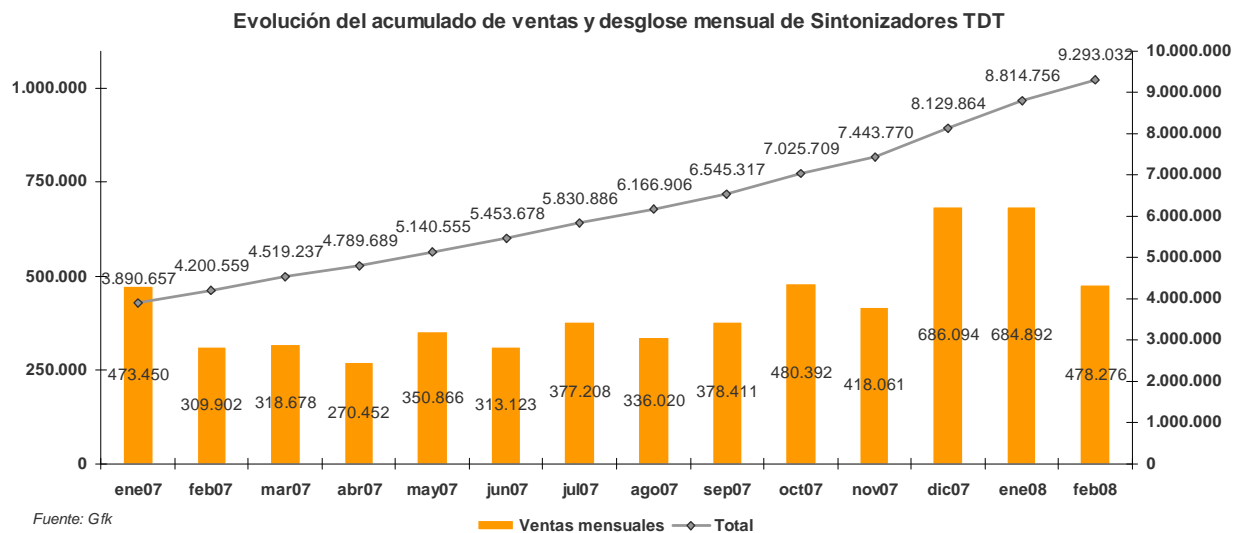
Cinco Comunidades Autónomas superan el promedio estatal. Destacan entre ellas Madrid, Canarias, Cataluña, Murcia y Andalucía, que se sitúan ligeramente por encima de la media española.

## EVOLUCIÓN DEL EQUIPAMIENTO DE LA TDT EN LOS HOGARES

### 9.3 millones de equipos TDT vendidos

Los datos del panel de GfK acerca del seguimiento de los equipos de TDT vendidos hasta el mes de febrero de 2008 alcanzan **una cifra acumulada histórica que se sitúa ya en los 9,3 millones de sintonizadores TDT.**

**La cifra mensual en las ventas de equipamiento TDT correspondientes al mes de febrero ha sido de 480.000 unidades.** Lógicamente, el ritmo de incremento resulta algo inferior al que presentaron los dos meses previos -en los cuales la intensificación del consumo asociado a las navidades disparó los índices de ventas-.

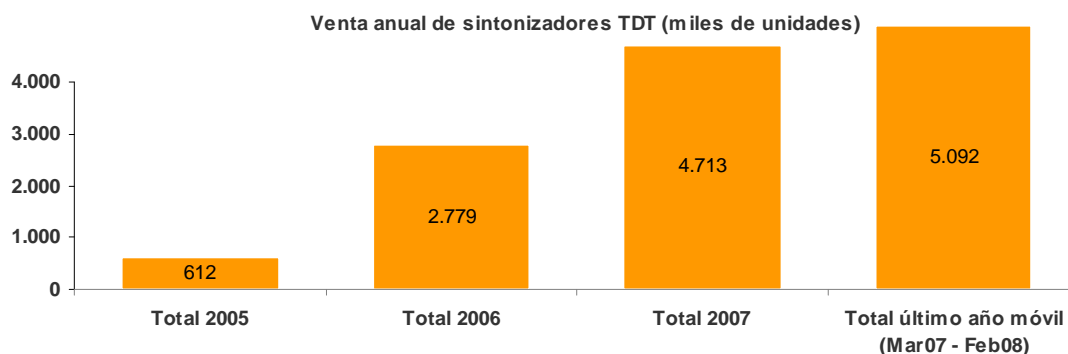


Los resultados de ventas de equipos TDT en febrero de 2008 son equiparables a los de octubre de 2007, un mes que también rozó la cifra del **medio millón de unidades.** Además, las ventas de febrero **se consideran excelentes desde**

**Impulsa TDT, ya que son superiores en 100.000 equipos al promedio de ventas de los diez meses anteriores** (excluyendo la campaña de navidad).

Por otro lado, si la comparación se realiza respecto de los datos del mismo mes del año anterior, febrero 2007, para detectar la posible existencia de comportamientos estacionales, se comprueba que el incremento mensual fue entonces de 310.000 unidades, pese a que en ambos periodos están influidos por el efecto de las ventas de estos equipos TDT en las rebajas..

En resumen, la anualidad 2008 ha comenzado con fuerza en lo que se refiere a la adquisición de sintonizadores TDT por parte de los ciudadanos. **En los dos primeros meses del año las ventas acumuladas se acercan a la cifra de 1,2 millones de unidades**, frente a las 784.000 que se contabilizaron en el mismo periodo de 2007, lo que nos hace prever una aceleración en el ritmo de crecimiento mensual de las ventas que en el 2007 fue en torno al 5%.



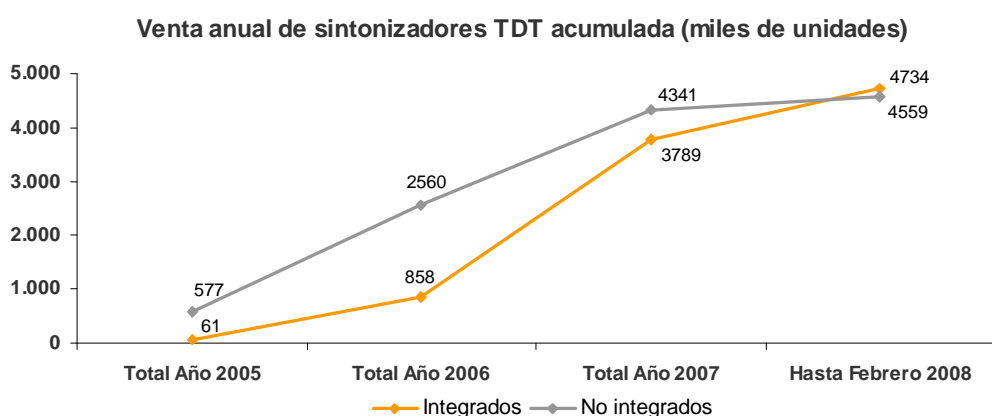
Fuente: Gfk

### **El irresistible ascenso de los dispositivos integrados**

Febrero de 2008 marca un hito histórico en la evolución de las series de datos sobre ventas de equipos digitales facilitados por GfK. **Por primera vez desde el lanzamiento de la TDT, la cifra acumulada de receptores TDT integrados supera a la de receptores no integrados o externos** (4.734.000 equipos versus 4.559.000 descodificadores externos).

Este hecho viene a certificar que el mayor ritmo de adaptación a la TDT que ya se venía observando en los últimos meses, proviene en gran medida de la preferencia del consumidor por adquirir un televisor de tecnología plana.

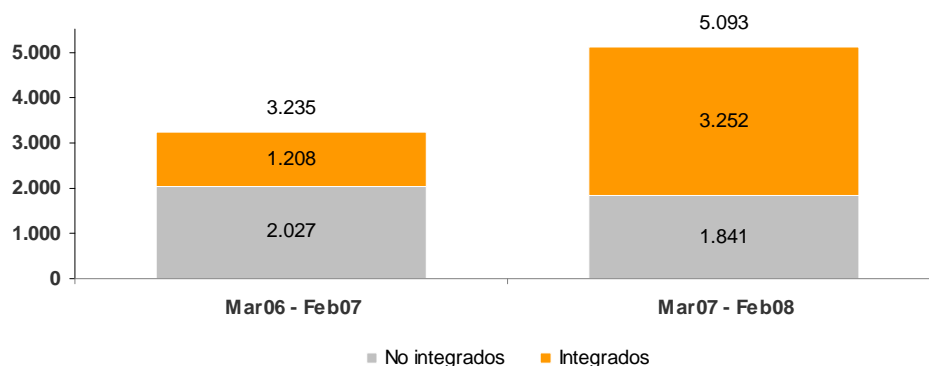
Como se observa en el gráfico siguiente, ya en el año 2007 los parques de equipos integrados y no integrados habían tendido a aproximarse, merced a la mayor aceleración de las ventas de los primeros. En la actualidad, los datos de febrero ratifican claramente este cambio de tendencia.



Fuente: GFK

Otra forma de ver el nuevo reparto del parque y del mercado digital en función de la tipología de los sintonizadores de TDT disponibles es la siguiente: **en el último año móvil (de marzo de 2007 a febrero de 2008), se han vendido 1,8 dispositivos integrados por cada equipo no integrado.**

Ventas dos últimos años móviles de sintonizadores TDT (miles de unidades)

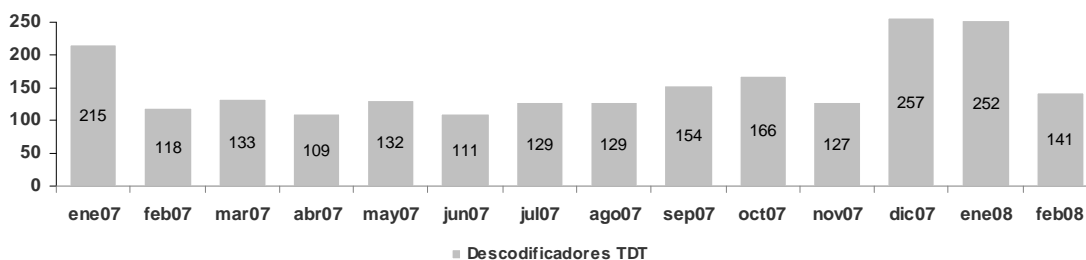


Fuente: Gfk

Por otra parte, esta tendencia no significa que los hogares estén dejando de adquirir descodificadores externos. De hecho, las ventas de estos dispositivos siguen aumentando, aunque a un ritmo inferior al del conjunto del equipamiento de TDT.

Así por ejemplo, la comparación interanual de los dos primeros meses del año indica que en enero-febrero de 2007 los ciudadanos adquirieron 333.000 terminales externos, **mientras en los dos primeros meses de 2008 esa cifra se ha incrementado hasta cerca de las 400.000 unidades.**

Ventas mensuales de descodificadores externos TDT (miles de unidades)



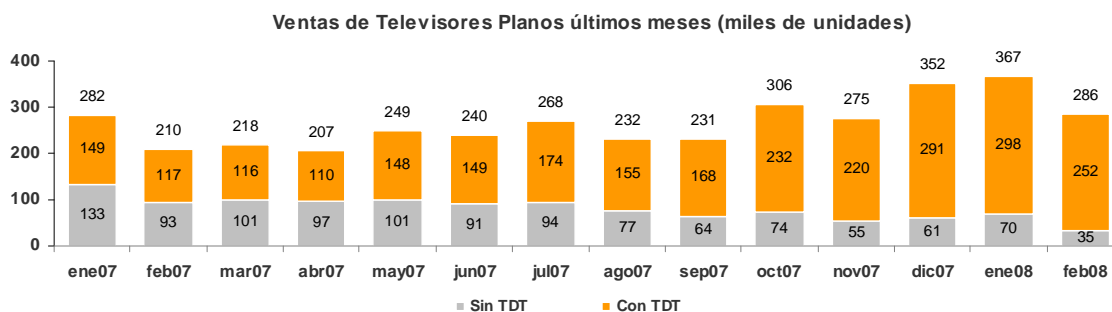
Fuente: Gfk

**Los televisores planos con TDT integrado tiran del consumo**

Si se profundiza en los datos de ventas de febrero-2008 de GfK, se observa que una gran parte de las adquisiciones de equipos TDT corresponden a pantallas planas. **Este tipo de televisores con TDT integrado ha acumulado en el mes de febrero**

**un total de 252.000 unidades vendidas, es decir, casi el 53% de todos los equipos de TDT comercializados en febrero.**

En concreto, los televisores LCD con TDT muestran un claro dominio en la distribución dentro del grupo, al suponer sus ventas un total de 238.000 equipos, es decir, prácticamente la mitad de todos los sintonizadores TDT que a lo largo de febrero han llegado a los hogares.

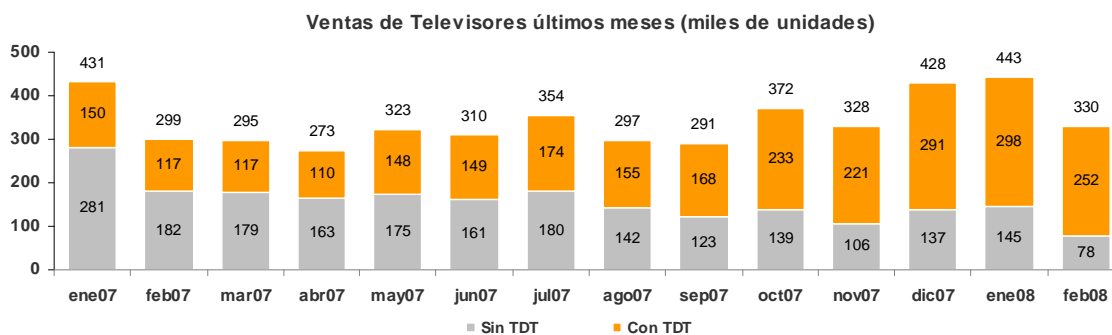


Fuente: Gfk

### **Importante caída de las ventas de televisores analógicos**

Desde Impulsa TDT existe una clara preocupación acerca del hipotético desplazamiento hacia el mercado de consumo español de los receptores de televisión analógica procedentes de los países de la Unión Europea que han prohibido su comercialización desde los inicios de 2008.

Sin embargo, y en este sentido, los indicadores del mes de febrero señalan un importante descenso en las adquisiciones de televisores sin TDT. En efecto, la cifra de estos equipos en el mes cae hasta las 78.000 unidades, un mínimo histórico en la serie de datos disponibles. Si se compara con el promedio mensual del último año móvil (144.000 unidades, con máximos cercanos a las 180.000 unidades mensuales durante el primer semestre de 2007), el resultado de los televisores analógicos ha sido en febrero de 2008 inferior en un 45% a la media histórica más reciente.



Fuente: GfK

Algo menos de la mitad de los televisores analógicos vendidos en febrero (34.600 unidades) corresponde a televisores de pantalla plana sin TDT, mientras el resto corresponde a televisores convencionales/analógicos o también llamados de tubo.

Habrá que seguir viendo cómo evolucionan las ventas de estos equipos en próximos periodos, dada la relevancia de su desaparición, para el proceso de transición a la TDT.

## INDICADORES EUROPEOS

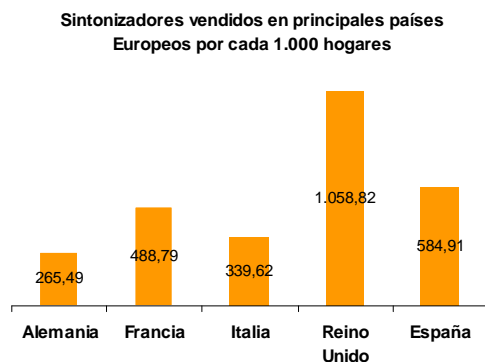
En el contexto europeo, el ritmo de penetración de la tecnología TDT en los hogares españoles muestra una buena posición relativa.

Sin tener en cuenta al Reino Unido, el país que lidera con claridad el proceso de digitalización en la Unión Europea dado su temprano inicio en el proceso, **España se sitúa en igualdad con los otros grandes mercados en lo que atañe al número neto de sintonizadores TDT vendidos** hasta ahora (9.3 millones), al mismo nivel por ejemplo que Alemania y algo por debajo de Francia.

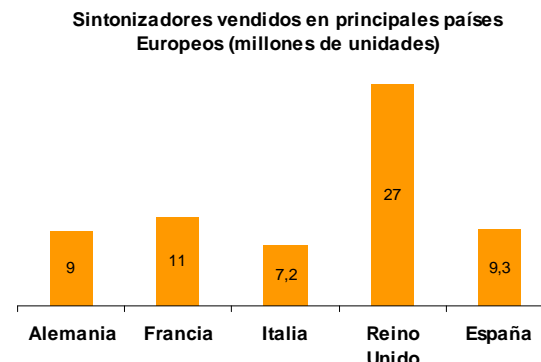
Sin embargo, para poder comparar el ritmo de ventas, y dadas las diferentes densidades de población de estos países, si hablamos **en términos de unidades vendidas por cada mil hogares** destaca de nuevo la situación del Reino Unido,

donde ya se ha comercializado (en promedio) más de un sintonizador digital por cada hogar del país.

Según este indicador relativo **España ocupa la segunda posición entre los cinco principales mercados nacionales del continente, con un promedio de 585 sintonizadores de TDT vendidos por cada mil hogares.**



Fuentes: DVB-T Taskforce, Freeview, TNT Groupement y Gfk























Fuentes: DVB-T Taskforce, Freeview, TNT Groupement y Gfk

## AUDIENCIA DE LA TDT

Las audiencias de la TDT durante el mes de marzo de 2008 aparecen relativamente condicionadas por dos gamas de factores:

### Cambios en la oferta de canales

Tras los recientes cambios en la oferta de canales nacionales, ésta ha quedado compuesta por los que figuran en la siguiente relación:

Simulcast					
	Nombre: <b>TVE 1</b> (público) Sociedad: Televisión Española Grupo: RTVE		Nombre: <b>TVE 2</b> (público) Sociedad: Televisión Española Grupo: RTVE		Nombre: <b>Antena 3</b> (privado) Sociedad: Antena 3 Televisión Grupo: Antena 3
	Nombre: <b>Cuatro</b> (privado) Sociedad: Sogecable Grupo: Sogecable		Nombre: <b>Telecinco</b> (privado) Sociedad: Gestevisión Telecinco Grupo: Telecinco		Nombre: <b>La Sexta</b> (privado) Sociedad: Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta Grupo: La Sexta
TDT					
	Nombre: <b>24H TVE</b> (público) Sociedad: Televisión Española Grupo: RTVE		Nombre: <b>Clan TVE</b> (público) Sociedad: Televisión Española Grupo: RTVE		Nombre: <b>Veo</b> (privado) Sociedad: Veo Televisión Grupo: Unidad Editorial
	Nombre: <b>SET en Veo</b> (privado) Sociedad: Veo Televisión Grupo: Unidad Editorial		Nombre: <b>Intereconomía</b> (privado) Sociedad: Sociedad Gestora Net TV Grupo: Vocento		Nombre: <b>Teledeporte</b> (público) Sociedad: Televisión Española Grupo: RTVE
	Nombre: <b>CNN+</b> (privado) Sociedad: Sogecable Grupo: Sogecable		Nombre: <b>40 Latino</b> (privado) Sociedad: Sogecable Grupo: Sogecable		Nombre: <b>Telecinco 2</b> (privado) Sociedad: Gestevisión Telecinco Grupo: Telecinco
	Nombre: <b>Telecinco FDF</b> (privado) Sociedad: Gestevisión Telecinco Grupo: Telecinco		Nombre: <b>Fly Music</b> (privado) Sociedad: Sociedad Gestora Net TV Grupo: Vocento		Nombre: <b>Antena.Neox</b> (privado) Sociedad: Antena 3 Televisión Grupo: Antena 3
	Nombre: <b>Antena.Nova</b> (privado) Sociedad: Antena 3 Televisión Grupo: Antena 3		Nombre: <b>Hogar 10</b> (privado) Sociedad: Gestora La Sexta Grupo: La Sexta		

El operador de audimetría, TNS Audiencia de Medios, ha ido facilitando información de audiencia y programación sobre los nuevos canales a medida que se producían los cambios, los cuales afectan básicamente a la reorganización temática de la oferta.

### **1,5 millones de espectadores siguieron en TDT los debates electorales**

Por otro lado, la celebración de las elecciones generales el día 9 de marzo fue el evento de actualidad más notable del mes, el cual tuvo lógicamente importantes repercusiones televisivas.

El hecho más destacado desde el punto de vista de los medios de comunicación fue que, por primera vez desde hacía quince años, los dos principales candidatos a la presidencia del Gobierno se enfrentaron en sendos debates televisados que despertaron un extraordinario interés entre los ciudadanos.

Entre 12 y 13 millones de espectadores vieron por televisión estos dos debates, que podían emitir todos los canales que lo desearan. La plataforma de TDT, que vivía su primer proceso electoral nacional, contribuyó a la extraordinaria audiencia de ambos eventos con audiencias cercanas al millón y medio de espectadores (1,52 millones para el debate del día 25 de febrero y 1,39 millones para el del día 3 de marzo).

**En términos relativos, el 12,1% de la audiencia total de los debates electorales tuvo lugar a través de canales digitales terrestres.**

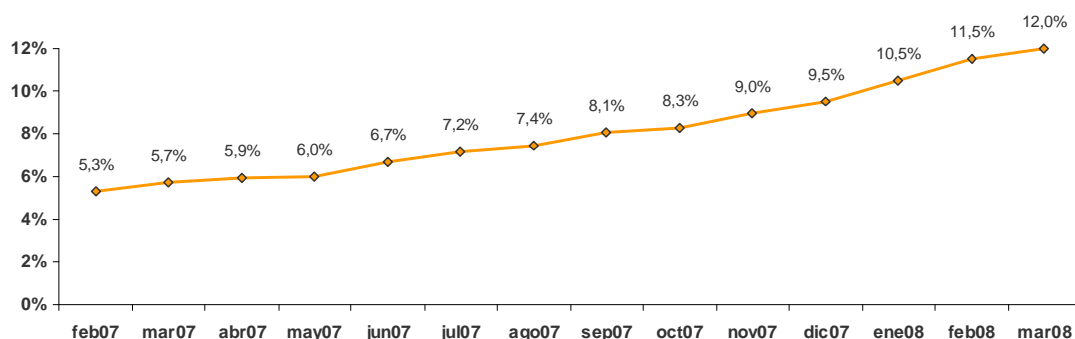
Visto de otra forma, de los casi 60 puntos de share acumulados por los debates en su emisión nacional, 6,7 puntos netos de cuota procedían de canales TDT.

### **La cuota de pantalla de la TDT alcanza el 12%**

Los indicadores de audiencia en marzo refuerzan la evolución positiva del consumo televisivo a través de la TDT. **La tecnología digital terrestre supone en este mes el 12,0% del consumo total de televisión, medio punto de cuota más que en febrero.**

**En el primer trimestre de 2008 la audiencia global de la TDT ha crecido en 2,5 puntos netos de cuota.** Frente a marzo del año anterior, el share de la TDT se ha duplicado a lo largo de los últimos doce meses.

Evolución de la cuota de pantalla de la TDT en España



Fuente: Sofres

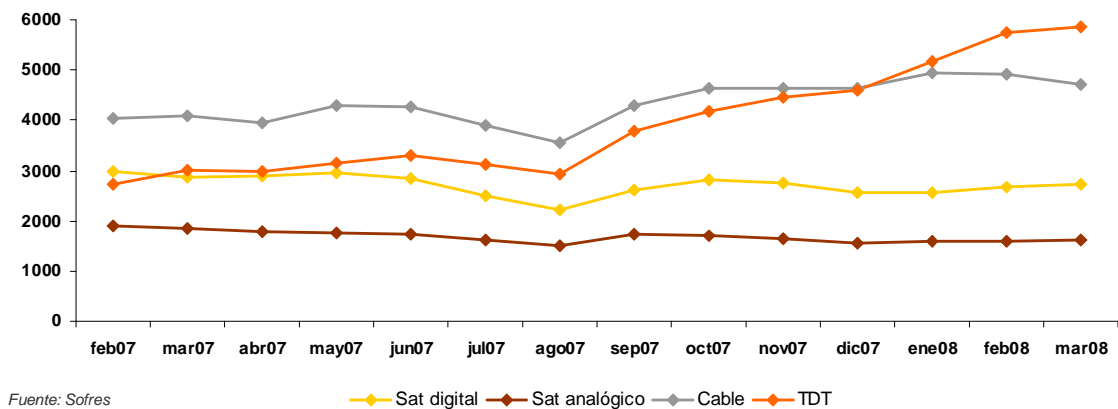
La TDT se mantiene en la Comunidad de Madrid por encima del 20% de cuota. Canarias, Murcia, Valencia y Cataluña forman el siguiente bloque de alto consumo relativo de la TDT, con cuotas comprendidas en la horquilla de 14-16 puntos.

En concreto, la Comunidad de Murcia presenta un crecimiento inusual de la audiencia de la TDT que probablemente se explique por factores muestrales.

### **La TDT es vista cada día por 5,9 millones de individuos**

El indicador del contacto medio diario ha crecido también en marzo de 2008, aunque en menor proporción que en los dos primeros meses del año -que presentaron un crecimiento extraordinario. El número medio de usuarios diarios de la TDT se sitúa en marzo en 5.862.000 individuos, **con lo que el acumulado del primer trimestre del año asciende a casi 1,3 millones de nuevos espectadores.**

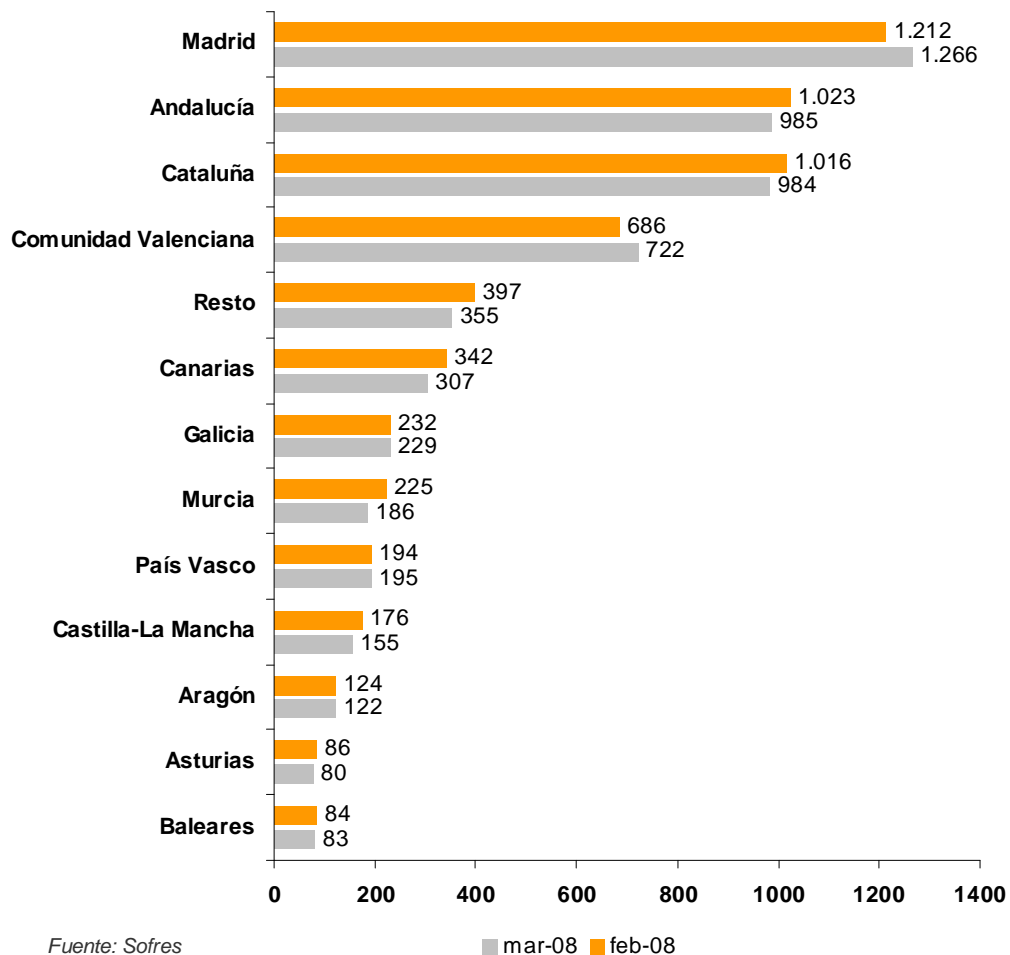
Contacto medio diario por medio de distribución (miles de individuos)



Otro dato significativo de marzo es que **Cataluña y Andalucía se unen a Madrid en el ÍclubDe Comunidades que superan la cifra de un millón de contactos diarios.**

En algunos territorios demográficamente importantes, como Valencia y Madrid, se producen ligeros retrocesos en el indicador de contacto, lo que probablemente se explica porque la incorporación de nuevos usuarios de la TDT no ha compensado las deserciones de la audiencia que han tenido lugar por las vacaciones de Semana Santa en la tercera semana de marzo.

**Contacto medio diario con la TDT de los individuos con TDT por Comunidad Autónoma (miles de individuos)**



**Emisiones de mayor audiencia en TDT**

Las emisiones con mayor audiencia en TDT a lo largo de marzo no difieren excesivamente del ranking general: los partidos de fútbol emitidos por los canales generalistas nacionales, el motociclismo de TVE, y algunas series (encabezadas por *Aída* y *Cámara Café*) figuran entre los programas más destacados.

A ellos se une excepcionalmente el segundo debate entre los candidatos a la presidencia del Gobierno del día 3 de marzo, en su emisión a través de TVE 1.

Las principales diferencias de la TDT con respecto a la clasificación de audiencias del conjunto de la población son la mayor audiencia relativa de algunos programas de los nuevos canales nacionales, como el fútbol de la Sexta y la serie *House of Cards*.

RÁNKING DE EMISIONES EN CANALES GENERALISTAS TDT

Datos TNS. Total España, individuos 4+ años

Título	Canal	Fecha	Día	Hora	Durac.	Miles	Cuota TDT
LIGA DE CAMPEONES: SEVILLA-FENERBAHCE (PENALTIS)	A3 (DT)	04/03/2008	Martes	23:14:03	14	787	35,8
AIDA	T5 (DT)	30/03/2008	Domingo	22:29:26	66	745	32,3
C.S.I.	T5 (DT)	31/03/2008	Lunes	22:24:00	49	785	31,7
FÚTBOL AMISTOSO: ESPAÑA-ITALIA	TVE1 (DT)	26/03/2008	Miércoles	22:00:14	113	622	26,2
CAMERA CAFE	T5 (DT)	30/03/2008	Domingo	21:35:46	53	588	26,1
2008 DEBATE: ZAPATERO-RAJOY	TVE1 (DT)	03/03/2008	Lunes	22:00:17	109	531	20,9
FÚTBOL COPA DEL REY: VALENCIA-BARÇA	LA SEXTA (DT)	20/03/2008	Jueves	20:47:53	109	550	32,0
HOUSE	CUATRO (DT)	04/03/2008	Martes	22:33:19	46	524	22,5
FÚTBOL LIGA ESPAÑOLA: SEVILLA-AT.MADRID	LA SEXTA (DT)	22/03/2008	Sábado	22:03:11	112	492	26,6
MOTOCICLISMO G.P. DE ESPAÑA	TVE1 (DT)	30/03/2008	Domingo	14:00:53	46	525	43,5

Si el foco se centra sólo en los canales temáticos de cobertura nacional, las preferencias de los espectadores derivan hacia las series de animación de Antena.Neox (encabezadas por *Los Simpson* y *Sin Chan*) y algunas series juveniles del mismo canal como *Life on Mars* y *Angel*. Los dibujos animados también están representados por algunos productos de Clan TVE.

El deporte está representado por el fútbol extranjero, que se ofrece en canal Teledeporte, mientras el cine posee una buena representación, con tres películas de diferentes canales en los diez primeros puestos, incluido el *Reino de los Dragones* de FDF-Telecinco.

RÁNKING DE EMISIONES EN CANALES TEMÁTICOS TDT

Datos TNS. Total España, individuos 4+ años

Título	Canal	Fecha	Día	Hora	Durac.	Miles	Cuota TDT
LOS SIMPSON	ANTENA.NEOX (DT)	09/03/2008	Domingo	21:35:38	21	279	10,6
SHIN-CHAN	ANTENA.NEOX (DT)	25/03/2008	Martes	20:44:53	21	204	12,5
CINE: ESTADO DE SITIO	ANTENA.NOVA (DT)	09/03/2008	Domingo	22:02:28	105	182	7,5
LIFE OF MARS	ANTENA.NEOX (DT)	09/03/2008	Domingo	22:00:02	51	179	7,1
FÚTBOL LIGA INGLESA: MANCHESTER-LIVERPOOL	TELEDEPORTE (DT)	23/03/2008	Domingo	14:32:16	111	168	11,1
CINE: SIETE AÑOS EN EL TÍBET	FDF-T5 (DT)	09/03/2008	Domingo	22:00:02	142	144	6,5
CINE NEOX: STUART LITTLE	ANTENA.NEOX (DT)	27/03/2008	Jueves	22:00:01	89	127	5,7
MOBY DICK Y EL SECRETO	CLAN TVE (DT)	10/03/2008	Lunes	19:47:25	23	125	9,5
COPA UEFA: PSV-TOTTENHAM (PENALTIS)	TELEDEPORTE (DT)	12/03/2008	Miércoles	23:17:03	13	124	5,9
ANGEL	ANTENA.NEOX (DT)	01/03/2008	Sábado	22:00:01	41	120	5,7

## CONCLUSIONES Y VALORACIONES

---

El pasado día 3 de abril tuvo lugar el acto de presentación del primer Anuario de la TDT 2007, donde se destacó la enorme complejidad del proceso de transición de la televisión analógica a la digital terrestre, dado el aspecto **multidisciplinar** de los **diferentes agentes implicados**, y siendo calificado como el fenómeno de mayor dimensión social y **complejidad técnica** del mundo audiovisual de los últimos 50 años. En dicho evento, se destacaron varios aspectos como:

- La dimensión de este proceso de transición. Hay que destacar que es un fenómeno de **sustitución** de la tecnología analógica por la digital, lo que significa que las emisiones analógicas desaparecerán y no coexistirán más con las digitales.
- Se trata de un **cambio a nivel mundial, y España presenta una posición aventajada** en este proceso de transición (tanto en cobertura digital como en grado de ritmo de adquisición de receptores TDT por los hogares) frente a los principales países europeos. Si bien es verdad que tenemos la fecha más temprana de cese de emisiones analógicas entre los países con mayor peso de la recepción de señal terrestre.
- Es fundamental para que España pueda conseguir cumplir con éxito dicha transición dentro de la fecha límite establecida por el Plan Nacional de Transición (3 de abril 2.010) que **todos los agentes implicados centren sus esfuerzos y cumplan sus compromisos**.
- **Fomentar la explotación y desarrollo**, aún incipiente, **de nuevos servicios interactivos** para la plataforma digital terrestre, como una medida que refuerce el valor diferencial de la TDT y proporcione nuevas oportunidades.
- **El importante y necesario impulso y apoyo del proceso por parte de las CCAA**, desarrollando algunos proyectos piloto o incrementando la cobertura establecida en el Plan Nacional del Transición.

Desde el Observatorio de Impulsa TDT, valoramos marzo como un mes particular debido a la recta final del periodo electoral y la Semana Santa, ambos factores han influenciado y determinado en gran medida el consumo televisivo.

**La audiencia TDT** ha aumentado en medio punto, aunque el final de la campaña electoral ha favorecido a los canales nacionales en analógico, y no al incremento de peso de la TDT. Tan sólo el 12% de la audiencia alcanzada por los debates electorales fue a través de señal TDT, muy en consonancia con la cuota de pantalla de esta tecnología en el total consumo de televisión (en el 12% igualmente). Aún así, el balance de los primeros meses es muy positivo, ya que **el primer trimestre de 2008 aporta 1 millón de nuevos espectadores a la TDT.**

**Las ventas de receptores TDT del mes de febrero han sido gratamente elevadas**, alcanzando casi el medio millón de unidades pese a la reducción característica en el consumo en este periodo y que las rebajas no han supuesto una reducción significativa en el precio de los productos de línea marrón con TDT incorporado (televisores, dvd ), lo que podría haber incentivado su compra. Además, otro factor muy importante en el proceso de transición a la TDT, es que **la venta de televisores analógicos alcanza el mínimo histórico** (el 50% menos que la media mensual de 2007), lo que indica que hasta la fecha, España no se ha convertido en el destino comercial de televisores no integrados del resto de los países de Europa, donde está prohibida su venta.

**El total ventas de sintonizadores TDT del primer trimestre de esta anualidad, casi dos millones de unidades**, se verá sin duda reflejado en un aumento significativo de la penetración de la TDT en los hogares en la primera ola EGM de esta anualidad 2008, de la que daremos cuenta en nuestro próximo informe.

Si la anualidad 2007 se caracterizó como el año del inicio de la aceleración en la adaptación y el incremento en la notoriedad o conocimiento de la tecnología TDT, estos primeros meses del 2008, nos hacen prever un año de mayor ritmo en la adaptación y la consolidación de esta tecnología.