

INFORME MENSUAL

En estos momentos, para Impulsa es clave promover el conocimiento sobre las fechas de apagado en todos los municipios de la fase 1 del Plan Nacional de Transición, a los que les restan menos días para la sustitución de analógico a digital, así como acelerar la adaptación de antenas colectivas en dichas poblaciones, ya que de lo contrario podrían llegar a formarse cuellos de botella en los últimos días, dado el número limitado de empresas que realizan estas intervenciones.

DESTACADOS








- Ya se han vendido casi 12,4 millones de sintonizadores TDT en España. **En lo que va de año, se han adquirido más de 4 millones de receptores TDT, y en el último mes de agosto, casi se alcanza la cifra de 500.000 unidades vendidas**, situándolo como el cuarto mes de la anualidad con mayores ventas, gracias al auge de audiencias de los Juegos Olímpicos de Pekín.
- **Un 48% de las ventas en equipamiento TDT de Agosto han sido de televisores con TDT integrado**, que continúa siendo el principal motor de adaptación de la nueva tecnología TDT en los hogares, representando ya el 88% de la venta del total de televisores.
- **La penetración TDT** según el último dato publicado por el INE, **alcanza al 37.4%** de los hogares, a cierre de junio 2008. Esta penetración es superior en 14.6 puntos a la que ofrecía hace un año. **Sofres por su parte, estima la penetración en su muestra en torno al 38.8% a cierre del mes de septiembre 2008 (más de 6 millones de hogares)**. Regionalmente y según ambas fuentes, INE y Sofres, caben destacar a Madrid y Cataluña, donde 1 de cada 2 hogares ya disfruta de la TDT.
- La cuota de pantalla TDT sobre el total consumo en televisión alcanza el 17.4% en septiembre, subida originada **por el aumento de personas que contactan diariamente con la tecnología digital terrestre, 7.7 millones de individuos, 750.000 individuos más que a principio del verano**.
- Aunque un 60% de la población dice conocer lo que es el apagado analógico, **4 de cada 10 individuos aún lo desconocen, y esta última proporción aumenta si estimamos el número de personas que confunden el alcance temporal del cese**. Es vital hacerles llegar esta información.

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

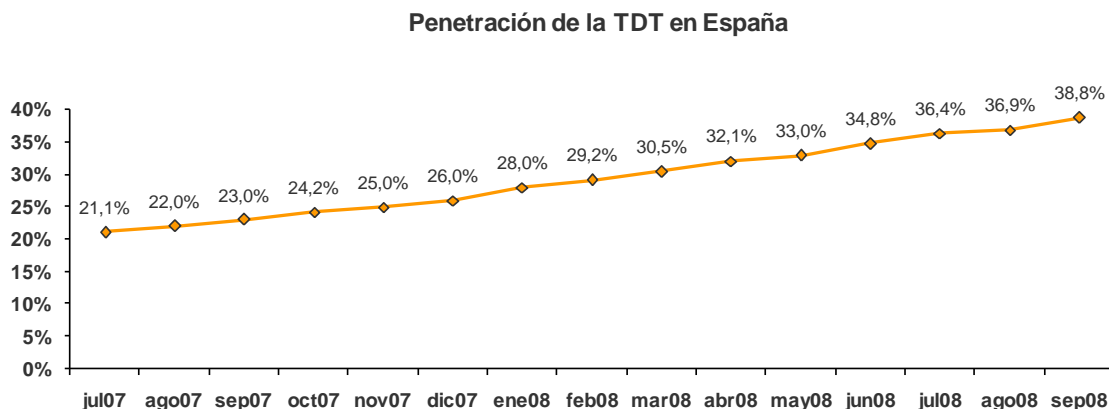
La siguiente tabla resumen muestra los datos más destacados de los indicadores de seguimiento del proceso de transición a la TDT en España.

Cobertura 	Población con cobertura TDT canales nacionales (Jul 08) 89,15% <i>Fuente: Abertis Telecom</i>	Fases de cobertura (Dic 08) 90% <i>Fuente: MITYC</i>			
Antenas <i>Fuente: Fenitel</i> 	Edificios con antena colectiva preparada a la TDT (Jun 08) 58,2%				
Equipamiento <i>Fuente: Gfk</i> 	Sintonizadores TDT vendidos en España (Mar 03 – Ago 08) 12.392.055	Descodificadores TDT externos vendidos (Ago 08) 162.885	Televisores vendidos con TDT (Ago 08) 235.936 87,6%	DVDs vendidos con TDT (Ago 08) 73.625	Coste medio descodificadores externos (Ago 08) 39,63 €
Penetración 	Hogares conectados TDT (May 08) 37,0% <i>Fuente: AIMC*</i>	Individuos conectados TDT (May 08) 39,7% <i>Fuente: AIMC*</i>	Estimación de hogares conectados a la TDT Septiembre 38,8% <i>Fuente: Sofres</i>		
Audiencias <i>Fuente: Sofres</i> 	Cuota de pantalla TDT Septiembre 08 17,4%	Contacto medio diario con TDT Septiembre 08 7,7 millones	Consumo medio diario de TDT Septiembre 08 98 minutos		
Europeos (Dato no homogéneo pero comparable para medir el avance TDT) 	Penetración Alemania (Mar 08) 13,2% <i>Fuente: GSDZ</i>	Penetración Francia (Ago 08) 42% <i>Fuente: TNT Groupement</i>	Penetración Italia (May 08) 25,1% <i>Fuente: DGTVi</i>	Penetración Reino Unido (Mar 08) 62,9% <i>Fuente: Ofcom</i>	
Percepción de Usuarios 	Mejora el nivel de conocimiento sobre el proceso de transición a la TDT en España , tanto en usuarios como en no usuarios: 6 de cada 10 españoles afirman haber oído hablar del "apagón de la televisión analógica". Además, crece la intención de compra de un sintonizador TDT : 4 de cada 10 no usuarios manifiestan su intención de adaptarse próximamente. (Jun 08) <i>Fuente: Random</i>				

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

EVOLUCIÓN DE LA PENETRACIÓN TDT EN LOS HOGARES

Según la estimación que TNS Audiencia de Medios realiza de la penetración de la TDT en España, ésta ha alcanzado el **38.8% de los hogares** a lo largo del mes de septiembre. Esa cifra supera en casi dos puntos el resultado de agosto, y en 12.8 puntos a la situación correspondiente a finales de 2007.



Fuente: Sofres

El detalle de la penetración de la TDT por Comunidades Autónomas revela que por primera vez un territorio **-la comunidad de Madrid-** supera el hito del **50%**, concretamente con un 50.8% de los hogares en septiembre de 2008. Cerca de esa cifra significativa se sitúa también **Cataluña (46.0%)**

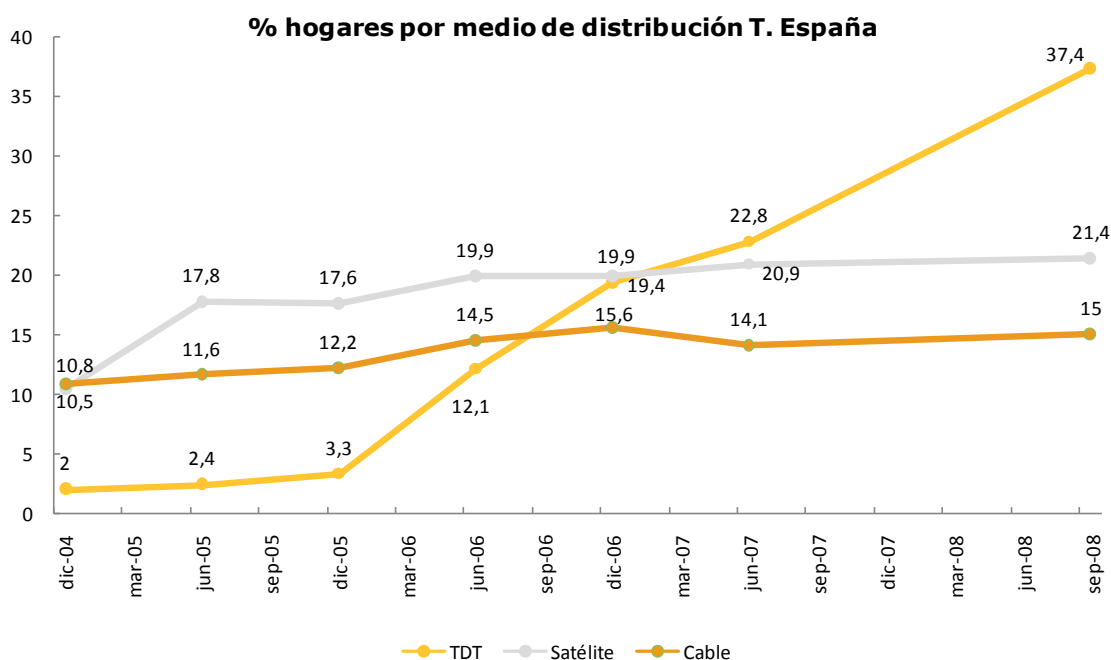
Por otra parte, el **INE (Instituto Nacional de Estadística)** publica en los primeros días de octubre una nueva oleada de su estudio 'Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares', una investigación que se realiza desde 2002 con una o dos entregas cada año.

La edición del estudio correspondiente a 2008 sitúa la **penetración de la TDT en el 37.4% de los hogares**, a cierre de junio 2008. A pesar de las diferencias metodológicas entre las distintas fuentes de datos **-el INE utiliza una muestra constante de unos 25.000 hogares, de la que se renueva una cuarta parte cada año-**, existe una elevada congruencia con las cifras facilitadas más recientemente por Sofres y el Estudio General de Medios.

El dato de penetración del INE supera en 14.6 puntos el obtenido por las mismas fechas en 2007, que se situaba entonces en el 22.8% de los hogares españoles. El detalle por

Comunidades Autónomas revela que por primera vez **-la comunidad de Cataluña- supera el hito del 50%**, concretamente con un 51% de los hogares en junio de 2008. Cerca de esa cifra significativa se sitúan también **Madrid (48%)**.

Como se aprecia en el siguiente gráfico, que recopila la serie histórica del INE acerca de la penetración de las diferentes plataformas multicanal, el número de **hogares con TDT ha acelerado con fuerza su implantación social durante el último año**, frente a la relativa estabilidad de los sistemas por cable y por satélite.



EVOLUCIÓN EQUIPAMIENTO O VENTA DE SINTONIZADORES TDT

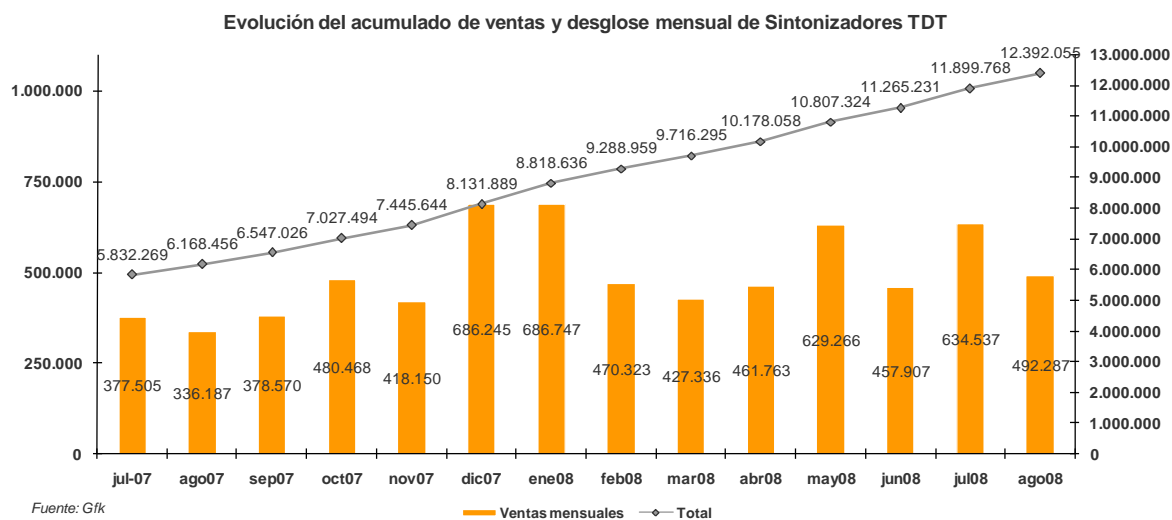
Agosto cuarto mes del año con mayores niveles de ventas de 2008

A pesar de que en el mes de agosto pudiera esperarse una cierta desaceleración de las ventas de equipos receptores de TDT, los indicadores han presentado en este mes un comportamiento notable, alcanzando una cifra próxima a las 500.000 unidades.

Sin duda, **las transmisiones de los Juegos Olímpicos de Pekín han contribuido como elemento motivador de las ventas de equipos.** También es probable, tal como indica la alta cifra relativa de ventas de sintonizadores TDT en las Comunidades costeras, que los propietarios de segundas residencias hayan influido con sus adquisiciones de receptores digitales durante el verano.

En concreto, en agosto de 2008 los distintos canales de distribución han vendido un total de **492.000 nuevos sintonizadores de TDT.** Tras enero, por efecto navidad, mayo, donde se produjo la campaña de primavera de la TDT llevada a cabo por Impulsa, julio, donde el Mundial de Fútbol también contribuyó a un mayor interés de digitalización, es agosto el mes con mayores niveles de adquisiciones en tienda de sintonizadores TDT de la actual anualidad.

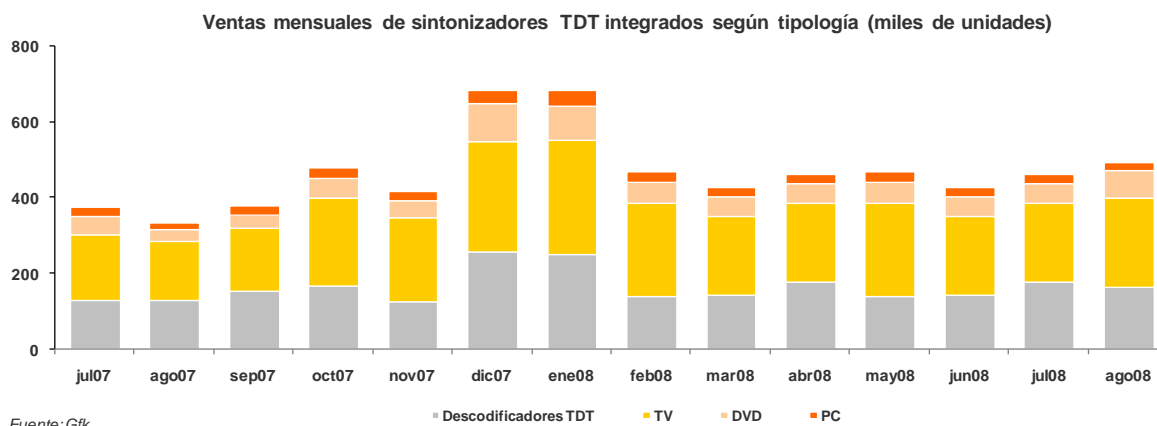
En comparación con el mismo mes del año anterior, en el que fue más evidente una ligera desaceleración estacional, en agosto de 2008 se han comercializado **156.000 equipos más que entonces.**



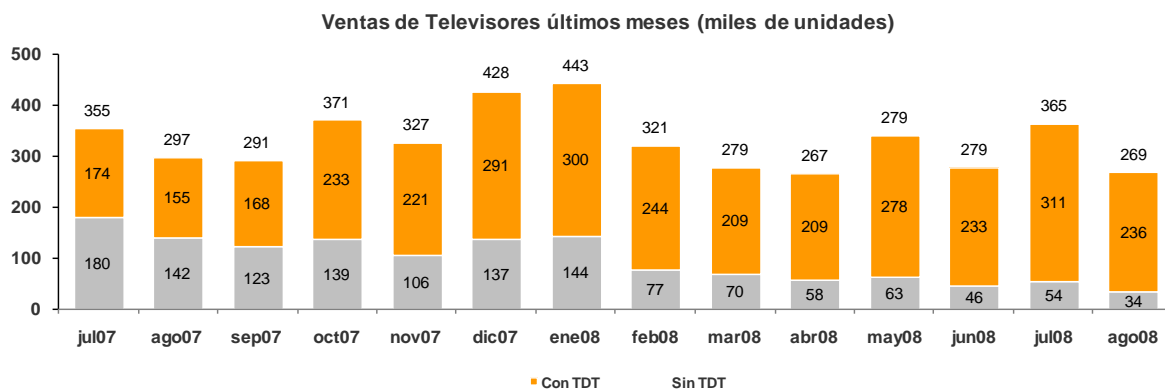
Por otro lado, las ventas totales de equipos TDT desde su relanzamiento, han alcanzado casi la cifra 12,4 millones de unidades. **Recordemos que la barrera de los 11 millones de unidades totales se sobrepasó en junio, sólo dos meses antes, y en lo que llevamos de año (enero a agosto) se han comercializado más de 4 millones de equipos.**

Dos equipos integrados por cada descodificador

La distribución de equipos TDT vendidos en agosto de 2008 indica que en la actualidad se comercializa un descodificador externo por cada dos sintonizadores integrados. Los datos exactos del último mes son de 163.000 ‘cajas’ externas y 329.000 dispositivos integrados, **de los cuales 236.000 unidades son televisores con TDT integrado**, representando un 48% del total de ventas de receptores TDT, y por tanto continúan siendo el equipo audiovisual que sin duda empuja en mayor medida la adaptación TDT al hogar.



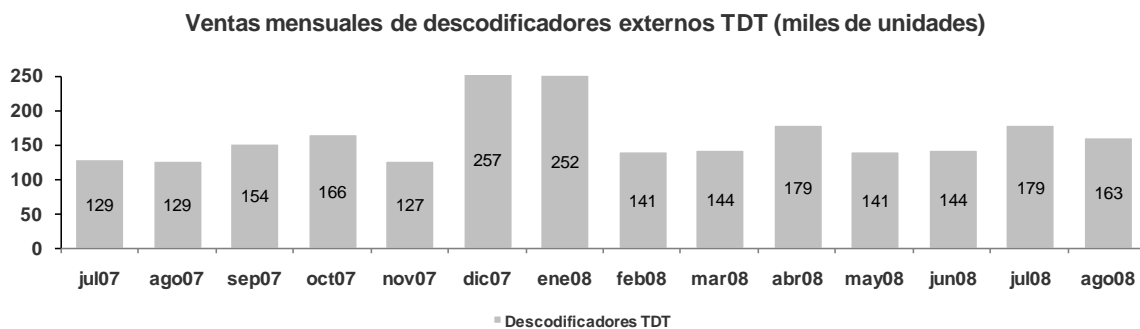
En el mes de agosto, un 12% del total de ventas de televisores (en torno a las 34.000 unidades), se adquirieron sin estar adaptados a la nueva televisión digital terrestre. **Los televisores sin TDT presentaron una fuerte caída en febrero de 2008, y en los meses siguientes del año se ha ido reduciendo progresivamente.** Sin embargo, desde Impulsa TDT pensamos que este tipo de aparatos no deberían seguir siendo comercializados cuando faltan menos de 600 días para el total apagado analógico.



Fuente: GfK

Respecto a **los descodificadores TDT externos**, aunque tiendan a perder peso en el volumen de ventas de cada mes y en el conjunto de la evolución histórica, **conservan una parte significativa del mercado**. Sus cifras mensuales son relativamente estables a lo largo del tiempo, y aumentan de modo importante en los mismos meses en que se aceleran las ventas de todos los tipos de equipos TDT.

Hasta ahora se han vendido en total más de **5.9 millones de descodificadores TDT externos**, de los cuales **2.2 millones corresponden al año ‘móvil’ transcurrido entre septiembre de 2007 y agosto de 2008**. Sin duda, este tipo de equipo ya no es el ‘motor’ principal de la adaptación a la TDT pero posee una **utilidad para muchos ciudadanos** como medio de acceso a la recepción de la televisión digital, o a segundos o terceros televisores del mismo hogar, por lo que sin duda adquirirán mayor protagonismo según se aproximen las fechas de apagado.



Fuente: GfK

AUDIENCIA DE LA TDT

La audiencia de televisión en el mes de septiembre se ha caracterizado, en términos generales, por dos rasgos:

- Por una parte, un relativamente elevado consumo del medio **-218 minutos por persona y día-**, es decir, tres minutos más que en el mismo periodo del año 2007. Estas cifras confirman que se mantiene la tendencia hacia el **aumento de la audiencia neta de televisión**, una tendencia en que la ampliación de la penetración de la TDT juega un papel importante.

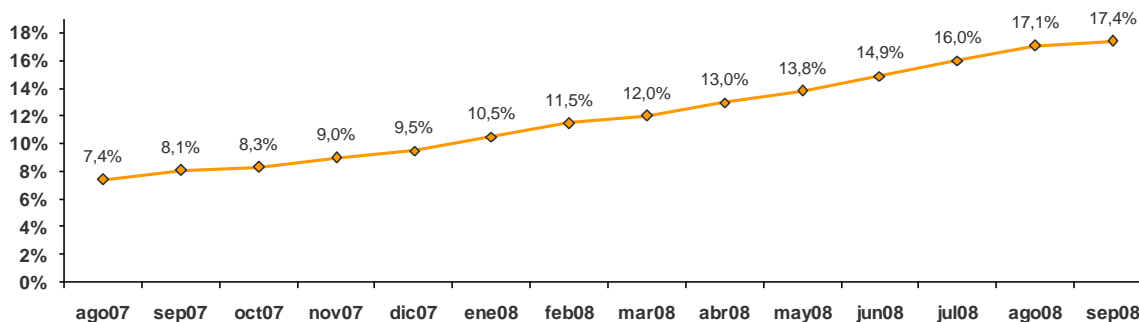
- Por otro lado, un cierto **retorno a la 'normalidad'** después de un verano repleto de acontecimientos de programación y variaciones en la oferta de la propia TDT. En el ámbito del reparto general de las audiencias, con el **inicio de la temporada regular 2008-09**, Telecinco recupera el liderazgo que le arrebató TVE 1 en el mes anterior.

La cuota de pantalla de la TDT alcanza el 17.4% en septiembre

La cuota de audiencia de la TDT vuelve a crecer en septiembre hasta el **17.4% del consumo total de televisión**, tres décimas más que en agosto.

Es el aumento más reducido en un año en que la progresión de la cuota digital ha tenido incrementos mensuales medios cercanos a un punto, pero aun así el crecimiento **desde finales de 2007 hasta ahora es de 7.9 puntos**.

Evolución de la cuota de pantalla de la TDT en España



Fuente: Sofres

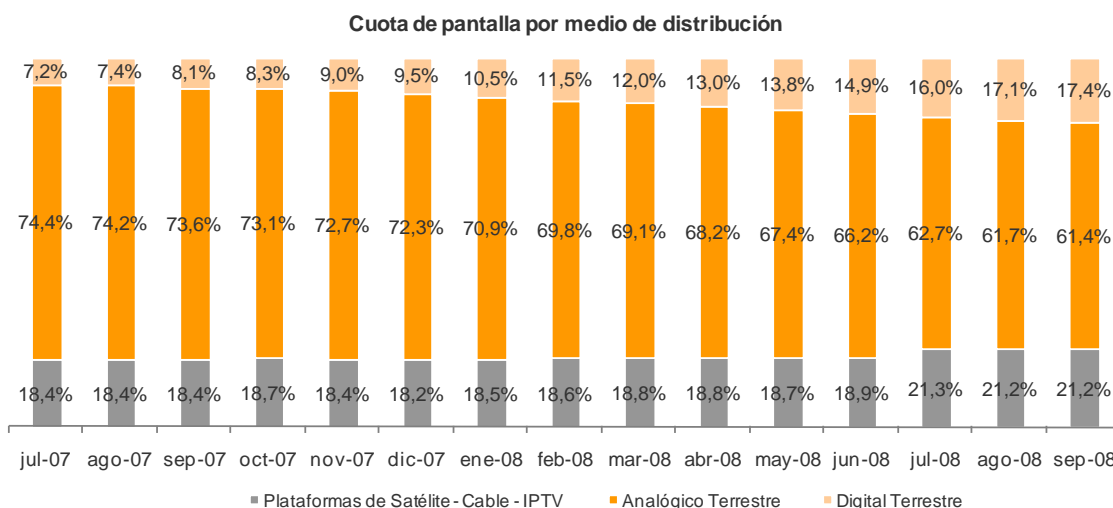
Las tres Comunidades más avanzadas en la implantación de la TDT presentan cuotas de pantalla superiores al 20%. Tal es el caso de **Madrid -con un 23.9%-**, **Cataluña -22.5%-** y **la Comunidad Valenciana -con un share TDT del 21.5%**.

El incremento de la audiencia a través de TDT se sustenta de nuevo en el elevado ritmo de las ventas de equipos durante de los meses previos, que a su vez se ha traducido en un **importante incremento del contacto medio diario**. Este indicador ha alcanzado en septiembre **una nueva cifra récord de 7.7 millones de individuos**, 758.000 más que en junio -antes del descenso estacional del verano-.

La TV analógica reduce de nuevo su cuota de pantalla

El inicio de la nueva temporada televisiva 2008-09 marca un nuevo mínimo histórico para el peso de la TV analógica en el conjunto de los medios de distribución, que se sitúa ya en el 61.4% de la audiencia total (tres décimas menos que en agosto).

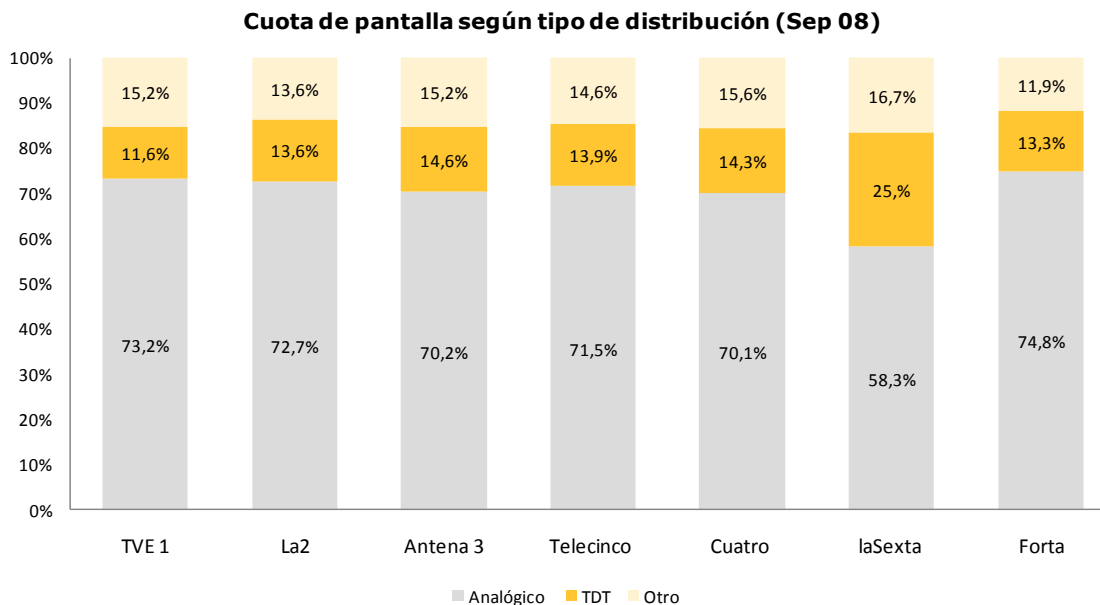
En el mes de septiembre la TDT es la única responsable de este descenso, puesto que las plataformas multicanal de pago mantienen la cuota del mes precedente con el 21.2% del consumo total de TV.



El efecto de la ‘erosión’ de la televisión analógica es ya muy evidente, por ejemplo, en la parte de la audiencia que los canales generalistas nacionales reciben de la TDT y del resto de sistemas de distribución. Estos canales siguen siendo mayoritariamente dependientes de la distribución analógica en sus resultados totales -más del 70% en la mayoría de los casos-

, pero cada vez cuentan con más espectadores procedentes de las demás vías. La única excepción es **La Sexta, cuya audiencia es exclusiva TDT en una proporción del 25%**.

Otro dato interesante que se desprende del gráfico que sigue es que las cadenas públicas tienden a ser más dependientes de la distribución analógica, mientras en los canales privados el peso de la audiencia TDT es ligeramente superior.



Los canales infantiles y juveniles destacan entre los temáticos

En un ránking que siguen dominando los grandes canales generalistas nacionales, **Antena.Neox** es el canal temático con mayor audiencia en TDT, con un 3.7% de la audiencia digital terrestre. Le siguen a corta distancia los dos canales temáticos dirigidos a los públicos de menor edad: **Disney Channel** con un share TDT del 3.6%, y **Clan TVE** con un 3.5%.

Aunque Neox no es exactamente un canal juvenil, sí posee en su programación muchos guiños a los públicos más jóvenes. Entre **los tres canales suman por tanto un 10.8% de la audiencia total de la TDT**, una cantidad relativamente importante que en septiembre se ha reducido ligeramente con respecto a los meses de verano por el inicio del nuevo curso escolar.

Las principales variaciones mensuales corresponden a los canales de TVE más directamente implicados en la transmisión de los Juegos Olímpicos de Pekín en el mes

anterior. Tanto **La 1 como La 2** retroceden en septiembre hasta sus posiciones de cuota en beneficio de los demás canales generalistas nacionales, mientras **Teledeporte**, que había sido en agosto el líder indiscutible de los canales temáticos, pierde también espectadores hasta situarse en 1.7% de la audiencia total en TDT.

Los deportes son también una parte importante de la explicación de la buena posición de **La Sexta** -el cuarto canal del ránking absoluto de canales TDT, con un 8.7%-. El comienzo de la Liga de Fútbol en septiembre y la transmisión de varios partidos cada jornada, ha influido sin duda en la mejora mensual de sus resultados.

Programas y emisiones más vistos en TDT

Las emisiones más vistas de septiembre en TDT se relacionan con la **Fórmula 1 de Telecinco**. En concreto, la celebración de la victoria de Fernando Alonso en el Gran Premio de Singapur es el evento con mayor audiencia del mes, con más de 1.1 millones de espectadores y una cuota neta (es decir, con respecto al consumo total de TV) del 8.1%.

En las primeras posiciones del ránking no faltan, como en el escenario general del consumo, otros eventos deportivos, como los partidos de fútbol de la **Liga de Campeones en Antena 3** (753.000 espectadores) o los encuentros de clasificación de la **selección española para el próximo Mundial** (con una media de 686.000 espectadores en **TVE 1**).

El inicio de la **Liga española de fútbol, con una oferta más amplia que nunca en La Sexta**, tiene también su repercusión en la clasificación. Los nueve partidos del campeonato emitidos por ese canal en el mes obtienen una media de 466.000 espectadores, con un máximo de 817.000. Por efecto de la buena posición de La Sexta en la distribución TDT, estos partidos obtienen en el ámbito digital mejores resultados relativos que en el ámbito general de la televisión.

El primer programa no deportivo aparece en la décima posición del ránking de septiembre. Se trata de la serie **'C.S.I.' de Telecinco**, que al igual que en la distribución analógica obtiene en TDT un buen respaldo por parte de los espectadores (588.000 en promedio). En el rango cercano al medio millón de individuos se sitúan también otros productos de ficción de Telecinco, como **'C.S.I. Nueva York'** y las españolas **'Camera Café'** y **'Hospital Central'**.

El estreno en el mismo canal de la décima edición del **reality ‘Gran Hermano’** obtiene en la TDT un promedio de **484.000 personas**. Una cifra semejante de espectadores obtiene la serie estelar de TVE 1, ‘Cuéntame cómo pasó’.

Las dos diferencias más destacadas del ránking mensual de la TDT con respecto a la clasificación general de preferencias son -además de la citada Liga de fútbol de La Sexta- la nueva serie norteamericana de **Antena 3 ‘Sexy Money’** y **las transmisiones del Open de tenis de Estados Unidos en Cuatro**. Ambos obtienen audiencias máximas superiores a los 500.000 espectadores.

RÁNKING DE PROGRAMAS EN TDT, SEPTIEMBRE-2008

Datos TNS, total España, individuos + años

Pos.	Programa	Canal	Emisiones	Miles	Máx. Miles	Cuota	Miles MAA
1	POST FORMULA 1:G.P.SINGAPUR	T5 (DT)	1	1144	1144	8,1	1894
2	POST FORMULA 1:G.P.ITALIA	T5 (DT)	1	853	853	6,9	1372
3	FORMULA 1:G.P.SINGAPUR	T5 (DT)	2	841	1048	6,8	1641
4	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	A3 (DT)	2	753	792	6,1	2404
5	FORMULA 1:G.P.ITALIA	T5 (DT)	2	693	933	6,8	1311
6	FUTBOL:MUNDIAL CLASIFICACION	TVE1 (DT)	2	686	762	4,6	1972
7	POST FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES	A3 (DT)	1	668	668	6,0	853
8	POST FORMULA 1:G.P.BELGICA	T5 (DT)	1	645	645	5,4	1168
9	FORMULA 1:G.P.BELGICA	T5 (DT)	2	611	829	5,9	1298
10	C.S.I.	T5 (DT)	9	588	773	4,3	1168
11	TERRITORIO CHAMPIONS	A3 (DT)	3	565	636	5,0	1805
12	CAMERA CAFE	T5 (DT)	18	506	666	3,1	1319
13	GRAN HERMANO	T5 (DT)	9	484	661	4,1	1179
14	SEXY MONEY	A3 (DT)	2	482	506	2,7	1114
15	CUENTAME COMO PASO	TVE1 (DT)	5	480	696	3,2	1154
16	C.S.I.NUEVA YORK	T5 (DT)	2	472	709	4,4	900
17	FUTBOL:LIGA ESPAÑOLA	LA SEXTA (DT)	9	466	817	3,6	1598
18	TENIS:US OPEN	CUATRO (DT)	2	448	537	3,8	1532
19	PREVIO FUTBOL:MUNDIAL CLASIFICACION	TVE1 (DT)	2	443	468	3,5	660
20	HOSPITAL CENTRAL	T5 (DT)	4	433	492	2,8	1191

Los programas procedentes de los canales temáticos en TDT aparecen a partir de la posición 125 del ránking de septiembre, donde **‘Los Simpson’ de Antena.Neox** obtienen un promedio mensual de **161.000 espectadores**.

En términos de emisiones concretas, la más destacada del mes es la **película ‘Camp Rock’ de Disney Channel**, con 289.000 individuos a través de TDT. El contenedor de cine en que se emitió el film presenta una audiencia media mensual de 101.000 personas.

Otros resultados destacados de la programación de los canales temáticos son los 128.000 espectadores de **‘Liga de Campeones’ en Teledeporte** y los 103.000 individuos de las emisiones en diferido de la **Fórmula 1 en Telecinco Dos**, y los 105.000 del contenedor de **cine de Antena.Neox**.

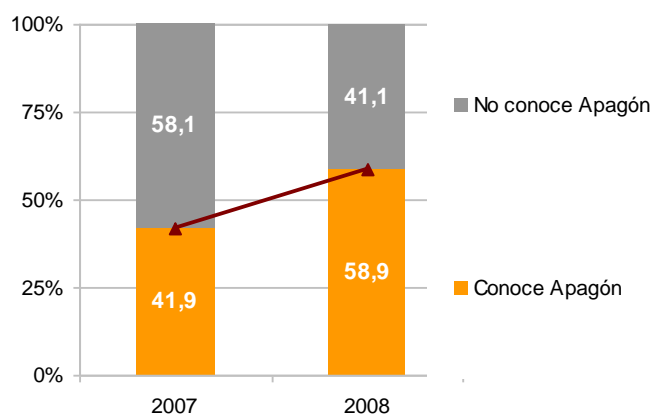
EL CONOCIMIENTO DEL APAGADO ANALÓGICO EN LAS ÚLTIMAS INVESTIGACIONES REALIZADAS POR IMPULSA TDT

Seis de cada diez ciudadanos son conscientes del apagón analógico

El conocimiento sobre apagón analógico ha aumentado notablemente en los últimos seis meses, según reflejan los resultados de la última ola de la encuesta que Impulsa TDT realiza periódicamente para conocer las valoraciones y actitudes de la población con respecto a la implantación de la TDT.

A finales de 2007 seis de cada diez entrevistados declaraba no saber qué significaba el ‘apagón analógico’, mientras que en julio de 2008 el porcentaje se invierte y pasan a ser mayoritarios -con un 60%- quienes conocen el concepto del apagado.

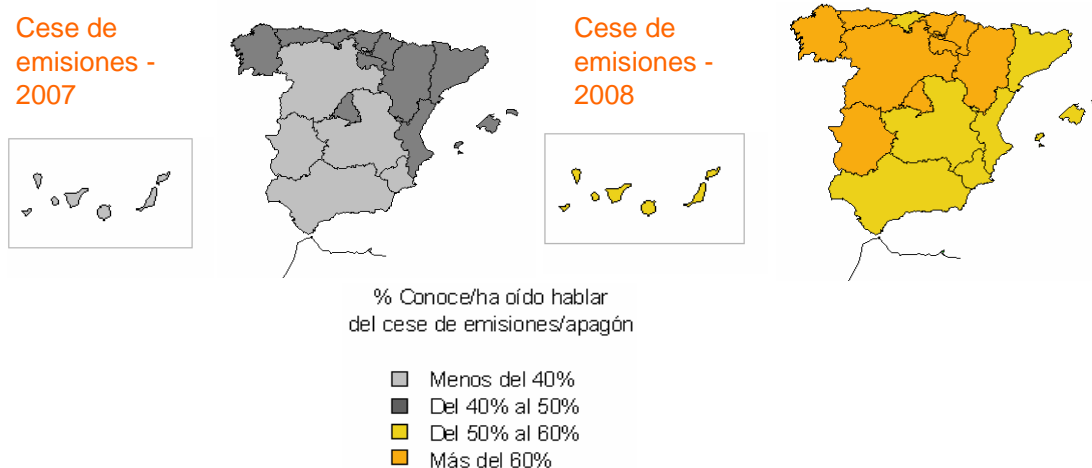
En consecuencia, durante el primer semestre de 2008 el conocimiento de que la televisión analógica dejará de existir para ser sustituida por la señal digital terrestre, **ha aumentado entre la población en más de 17 puntos.**



El incremento del nivel de conocimiento del apagado analógico es manifiesto en todas las Comunidades Autónomas. En lo que puede calificarse como un importante salto cuantitativo, en la última oleada del estudio **todos los ámbitos territoriales superan el 50% de conocimiento sobre el apagado de la televisión analógica.** No obstante, las Comunidades del sur y de la vertiente mediterránea siguen estando por debajo de la media nacional, tal y cómo ocurría en las anteriores entregas de la encuesta.

Extremadura y Castilla León son las comunidades que mayor crecimiento experimentan en los datos más recientes, al pasar de niveles de conocimiento inferiores al 40% (finales de 2007) a porcentajes comprendidos entre el 50 y el 60%.

Según se desprende del estudio, los vascos son los mejor informados acerca de este aspecto, con un 68.7% de respuestas afirmativas.



Una de las novedades que aporta la última oleada del informe de Impulsa TDT es la pregunta a los ciudadanos acerca de si conocen la fecha de cese de emisiones analógicas en el lugar donde residen, ante lo que la mayoría de los consultados manifiesta dudas, con la única excepción de Soria, donde la respuesta fue coherente con la realidad.

Muchos individuos ya mencionan 2010 como la fecha tope, pero es minoritario el conocimiento de los plazos establecidos para el cese de emisiones analógicas en sus municipios

El mayor conocimiento que posee la población sobre el apagado analógico también queda refrendado desde la óptica de la investigación cualitativa. El último estudio de este tipo realizado por Impulsa TDT, que se llevó a cabo en tres ciudades españolas durante el segundo trimestre de 2008, informa que entre los grupos formados por no usuarios el ‘cese de las emisiones analógicas’ fue una respuesta espontánea en relación con la TDT.

A su vez, el conocimiento de la obligatoriedad del cambio digital quedó también de manifiesto en los grupos de discusión: **los individuos son conscientes de la trascendencia del ‘apagón’, es decir, conocen las consecuencias para los que aún no están adaptados -básicamente el no tener acceso a la televisión en abierto-**. También entienden la digitalización de la televisión como una necesidad y un acontecimiento que traspasa fronteras.

Sin embargo, no ocurre lo mismo con la fecha en que estos acontecimientos sucederán en cada zona geográfica. **El conocimiento de los plazos del encendido digital es minoritario**, aunque el año 2010 está presente en el discurso de una parte importante de los sujetos entrevistados.

Desde el Observatorio de Impulsa TDT, creemos fundamental recordar que el 2010 es la fecha tope de total apagado analógico en todo el país, pero también que **muchos municipios de poblaciones con baja densidad de población y repartidos en diferentes áreas geográficas**, incluidos en la fase 1 del Plan Nacional de Transición a la TDT, **están a menos de 6 meses de su fecha tope de emisiones analógicas y de sólo poder ver sus canales habituales de televisión si la antena colectiva de su edificio está adaptada a la TDT y han adquirido un sintonizador TDT**. Por ello, es importante visiten nuestra página web; www.impulsatdt.es, y en especial los apartados “agentes” y “plan de transición” donde encontrarán un link al final de la página en el que podrán consultar si su municipio se encuentra dentro de esta primera fase de cese de emisiones analógicas.

También cabe destacar de los comentados grupos de discusión **las dificultades de comprensión que presenta el concepto de ‘apagado analógico’ entre las personas de edades más avanzadas**: las principales lagunas se localizan en este segmento poblacional y **en las urbes de tamaño medio**. La comparación por género señala además que **las mujeres en general están peor informadas que los hombres**. La extensión de la información es planteada por los participantes en el estudio como la mejor opción para evitar la brecha digital entre la población con mayor edad.

Desde la Asociación, somos conscientes de que hay muchas personas de este perfil en los municipios afectados por la primera fase del PNT, y es por ello que trabajamos en estrecha colaboración con la Oficina Nacional de Transición a la Televisión Digital Terrestre, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, con el fin de poner en marcha todas las acciones que se requieran, tanto para **aumentar el conocimiento** del proceso de adaptación a la TDT en estos municipios, **como para informarles de la importancia de la**

necesidad de adaptar las antenas con “anticipación” y de comprarse el sintonizador de TDT cuanto antes, ya que les queda menos tiempo para completar el proceso de transición que a otras poblaciones de España.

CONCLUSIONES Y VALORACIONES

Con el presente informe, Impulsa TDT, a través de su Observatorio constata que el crecimiento de **la implantación e interés en la televisión digital terrestre en los hogares continúa avanzando a buen ritmo en los dos últimos meses analizados**, cerrando agosto con casi 500.000 unidades de sintonizadores TDT adquiridos, así como septiembre con un incremento en la cuota de pantalla de la TDT hasta alcanzar el 17,4% sobre el total consumo de televisión, siendo ya casi 8 millones de personas los que contactan diariamente con la TDT (750.000 más que antes del verano)

Un factor que claramente está contribuyendo a este desarrollo, es el **mayor conocimiento sobre el apagado analógico entre la población**, que en tan sólo 6 meses (de enero a julio 2008) se ha incrementado del 40% hasta el 60% de la población, si bien es verdad que aún es importante la confusión generalizada que hay sobre el alcance temporal del cese, de mayor relevancia si cabe para todos los hogares ubicados en los municipios incluidos en la fase 1 del Plan Nacional de Transición a la TDT, cuya fecha tope de apagado está establecida en julio de 2009.

Por otro lado, los datos de la última oleada del estudio de valoración y opinión sobre la TDT, que la Asociación realiza todos los años, reflejan **un importante incremento en la intención de adaptación a la TDT entre el colectivo de no usuarios**, que en los próximos meses espera materializarse en nuevos consumidores de la nueva tecnología. En ellos, **el colectivo de niños está**, según último estudio cualitativo, **siendo uno de los generadores del incremento en el interés por adelantar su adaptación a la televisión digital terrestre** y poder disfrutar ya de los nuevos canales adicionales, ya que ven en la parrilla de programas contenidos específicos para el público infantil. Sin embargo, desde la Asociación somos conscientes que como el primer televisor que se adapta a la TDT en los hogares es el principal, el televisor analógico al que sustituye en muchos hogares podrá ser desplazado a otras habitaciones, no pudiendo disfrutar en ellos de contenidos exclusivos en TDT, hasta su adaptación.

Si analizamos la tipología de equipamiento que se incorpora en los hogares para adaptarse a la TDT, continúa siendo el **televisor con TDT integrado el equipo audiovisual que mes a mes, está incorporando una mayor número de hogares a la nueva tecnología**, y por tanto siendo el motor de la adaptación (8 de cada 10 hogares declaran haber tenido en cuenta que la TV tuviera TDT en el momento de renovar sus equipos). Sin embargo recordamos a todos aquellos que no quieran hacer la sustitución del televisor porque se encuentra en buenas condiciones, que no es necesario que lo cambien, y que hay posibilidad de adaptarse a través de un descodificador externo, por un precio medio en torno a los 39 euros.

Parece deducirse que los contenidos son excelentes impulsores de la nueva tecnología, y así se ha manifestado en términos de audiencia o consumo TDT en agosto, con los Juegos Olímpicos de Pekín, que incluso en algunos casos puede haber contribuido a una mayor aceleración en la incorporación de la tecnología TDT a los televisores analógicos.

Desde el punto de vista promocional, actualmente existen **dos opciones para adquirir un descodificador TDT gratis**, a través de un sistema de cupones en dos periódicos de tirada nacional, y que sin duda, contribuyen a un crecimiento de la penetración TDT, en los próximos periodos. Desde el Observatorio, creemos que para ciertos departamentos de marketing de la Industria, y de cara a la próxima campaña navideña, podría ser interesante y un gancho para ciertos consumidores, ofrecer un descodificador TDT gratis, siendo un producto que por un bajo coste medio, será una promoción percibida de valor añadido por el hogar, ya que tarde o temprano, todos los televisores deberán ser adaptados a la TDT.

Desde Impulsa TDT reiteramos a toda la población ubicada en zona de cobertura **la necesidad de adaptar con anticipación la antena colectiva a la TDT de los edificios en que residen**, decisión que a diferencia de la compra de un sintonizador TDT que depende del hogar y se puede adquirir de un día para otro, **depende de la Comunidad de Vecinos y no se trata de una acción inmediata, si no que lleva un cierto periodo de tiempo**, desde la contratación de una empresa cualificada a la intervención de la misma en su antena colectiva. **Además el número de empresas que realizan estos trabajos es limitada, y tienen que actuar de forma ordenada y progresiva para la total adaptación de los edificios que lo necesitan**. Es por ello clave recordar a los presidentes de Comunidades de Vecinos, que deben comenzar los trámites para solicitar dicha actuación.

Por último recordar a toda la población que la TDT no es una tecnología en periodo de pruebas, sino que es una realidad desde ya hace tiempo, y que aunque quedan licitaciones autonómicas y locales aún por convocar o adjudicar, **una gran parte del espectro digital terrestre está ya en emisión o recién adjudicada y que ello permite disfrutar a través de la TDT de una mayor variedad de canales en abierto.**

Documento elaborado con datos de Gfk y Sofres, Random, Análisis e Investigación y la colaboración de Aptivo y Corporación Multimedia