



9 de Marzo de 2001

## **La Televisión de pago llegará a la mayoría de los hogares en diez años**

La cadenas por satélite se perfila como la oferta dominante

La televisión de pago llegará a cerca del 80% de los hogares españoles en el 2010 y representará el 33% del tiempo dedicado a situarse frente a la pantalla, según un estudio realizado por Corporación Multimedia sobre la proyección de la televisión digital. El trabajo destaca que en este período la televisión digital será la principal plataforma de consumo doméstico, tanto en contenidos audiovisuales como de servicios añadidos.

El estudio plantea una interrogante acerca del medio de distribución de televisión que resultará vencedor (satélite, terrestre, cable) y si en España se seguirá el patrón marcado por Estados Unidos, donde la televisión de pago tiene una penetración del 78% de los hogares y sólo el cable llega al 68,4 millones. Sin embargo, en los últimos años ha crecido en el mercado estadounidense la utilización de la televisión por satélite y se espera un importante crecimiento en los dos años próximos. En lo que se refiere a España, el estudio concreta que dentro de diez años, con el progreso de la televisión digital, habrá entre 6 a 7 canales nacionales en abierto, cada uno con 4-5 programaciones y servicios; cuatro canales en cada Comunidad Autónoma en abierto que, igualmente, tendrán cada uno entre 4 a 5 programaciones más servicios añadidos. El estudio explica que habrá también múltiples canales locales y seis plataformas de televisión de pago que incluirán las dos actuales plataformas por satélite (Vía Digital y Canal Satélite Digital) , la oferta digital Terrestre (Quiero TV) junto a la utilización de otros medios que servirán de pantalla, como Internet en banda ancha o UMTS.

En este panorama la televisión digital por satélite se perfila como la oferta dominante ya que implica menor coste en infraestructura, tiene en su mano la mayor parte de los contenidos y experiencia en la gestión de abonados, si bien este estudio deja abierta la interrogante acerca de cual será el soporte futuro que dominará en la televisión de pago. Los contenidos pasan a tener un papel esencial "y serán el petróleo de las empresas de comunicaciones que habrán de ser multisoportos porque quien sólo apueste por una tecnología para la distribución de programas puede fracasar", según representantes de la Corporación Multimedia.

Cerrar