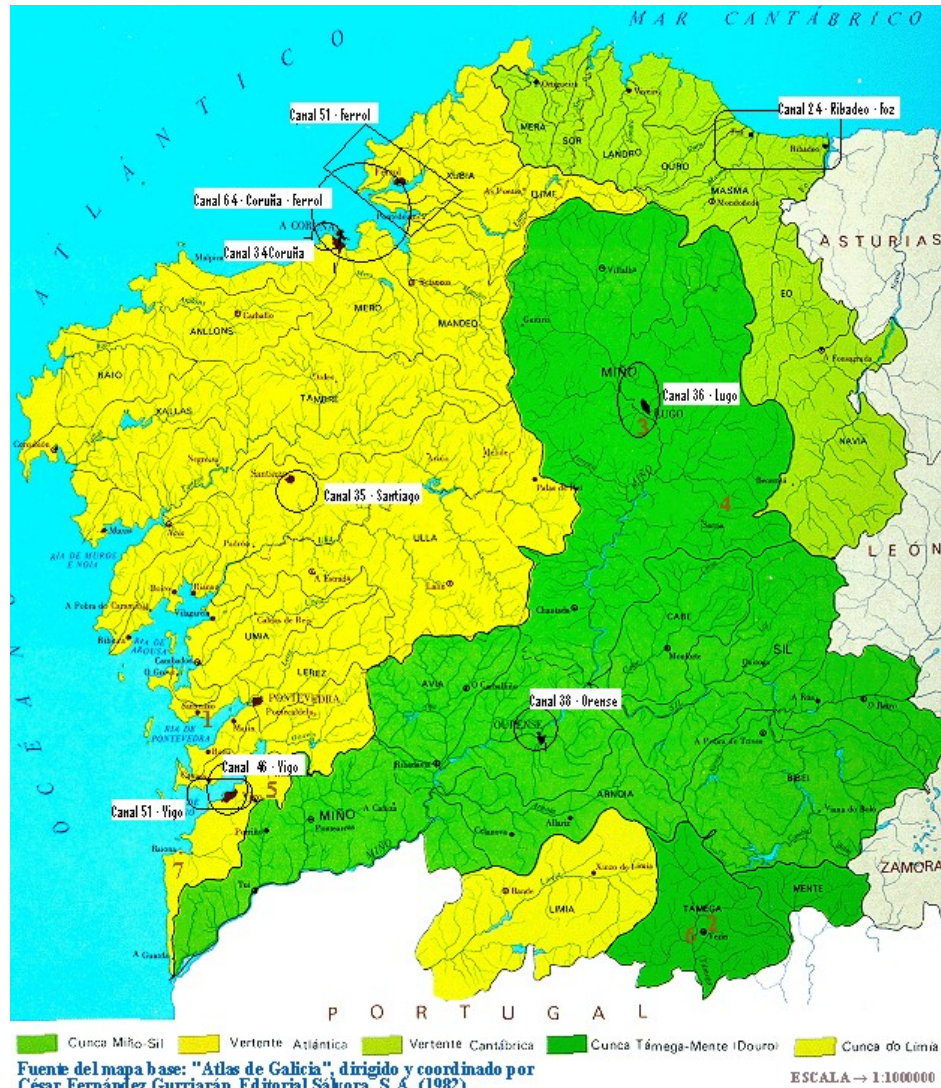




**¿ DEBEN EMPUJAR LAS
TELEVISIONES LOCALES Y
AUTONÓMICAS PRIVADAS LA
INTERACTIVIDAD Y LA
IMPLANTACIÓN DE LOS SERVICIOS
DE VALOR AÑADIDO?**

Popular TV en Analógico



Ámbito: Comunidad Autónoma de Galicia

Período: Octubre 2007

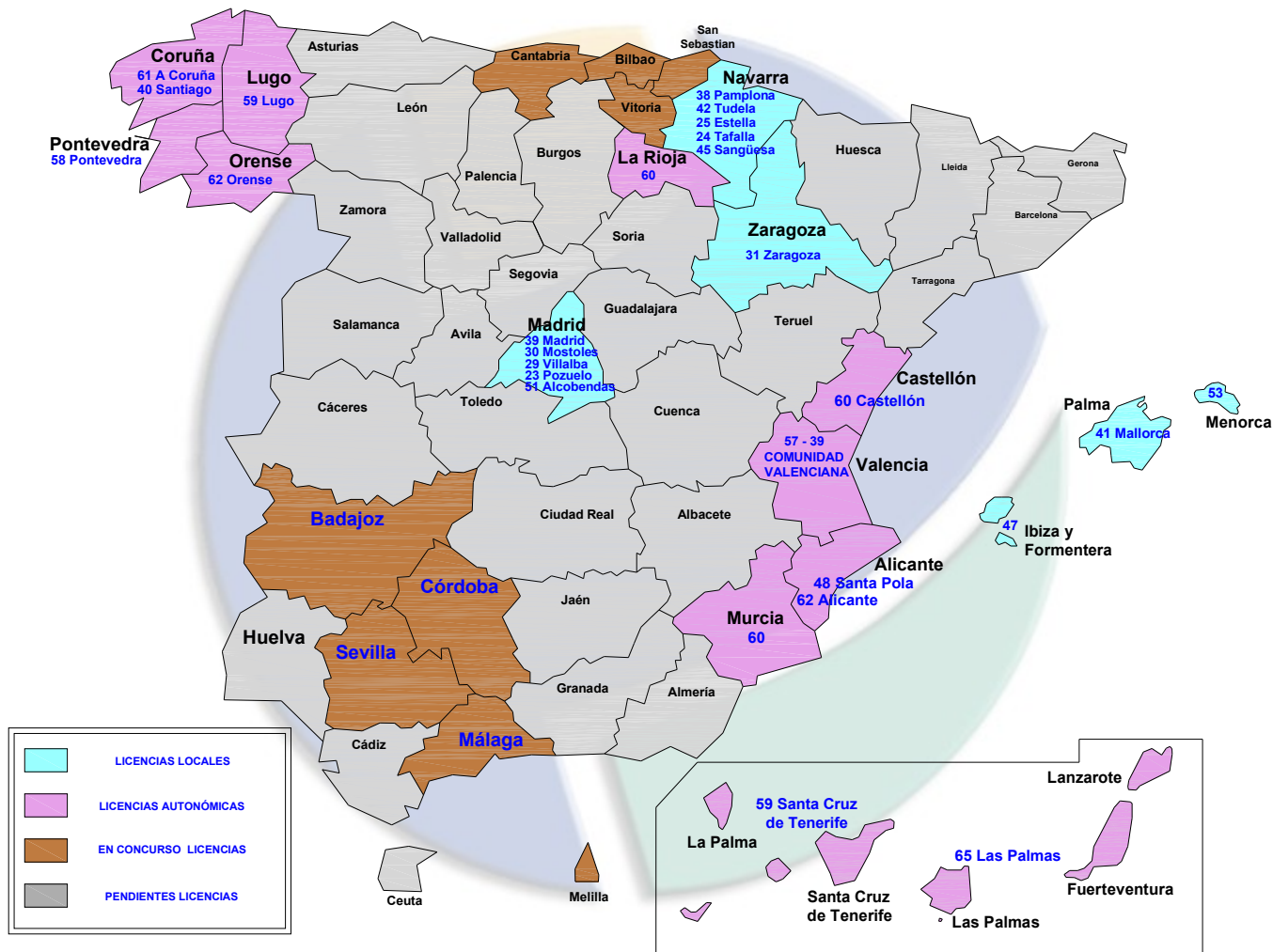
Canal: Popular TV

- Media diaria de Audiencia Acumulada (MAA): 71.000
- Audiencia Acumulada (Mensual): 393.000
- Cuota sobre el total de TV locales: 8,8%
- Cuota total de pantalla: 0,6%

Fuente: Sofres AM



Popular TV en TDT

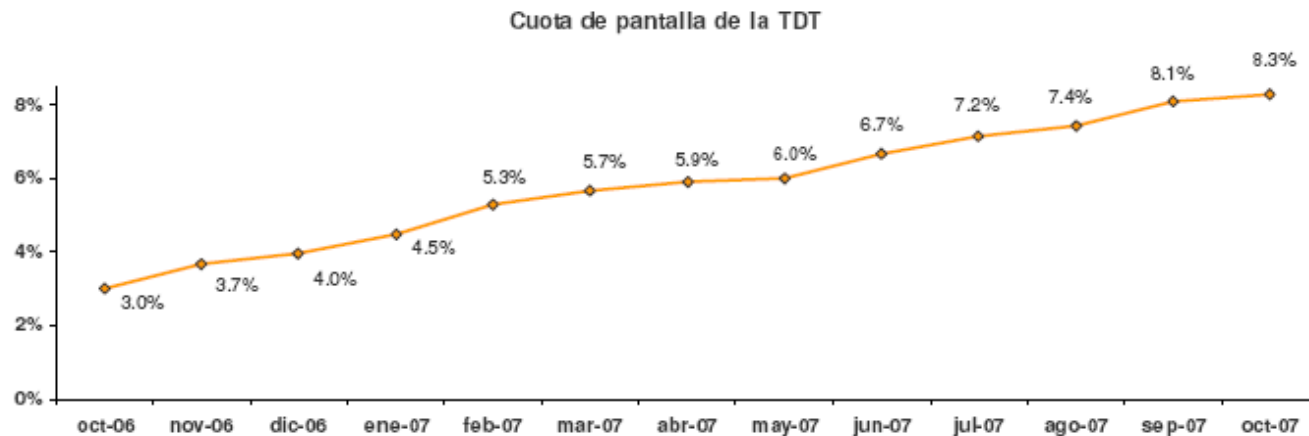


Ámbito: Nacional

Período: Octubre 2007

Canal: Todos

- Estimación de penetración de la TDT: 24.2%
- Cuota de pantalla del global de TDT: 8,3%



Fuente: Sofres AM

Seis Comunidades igualan o superan la cuota nacional.

En primer lugar Madrid, que con un 15,1% de cuota TDT y un incremento mensual de cuatro décimas, es de modo destacado el territorio con mayor densidad de consumo digital.

Le siguen Murcia y Valencia, con 10,8% y 9,7% respectivamente, aunque ambas Comunidades levantinas pierden audiencia TDT en octubre. En Canarias, por su parte, la cuota digital se mantiene estable en el 9,6%.

Los territorios menos proclives al uso de la TDT han sido durante el mes de octubre, Castilla-La Mancha, Asturias, Galicia y Baleares.

Fuente: Impulsa tdt

DIGITALIZACIÓN Y FRAGMENTACIÓN

¿ del Broadcast al Nano-Cast ?



Fuente: Kewego

CAMBIOS EN LOS ESPECTADORES

Esta digitalización está provocando un espectador:

Más exigente (ante tanta oferta)

Más especializado (canales temáticos)

Más selectivo

Más programador

Más democrático con el mando

CAMBIOS EN LOS SOPORTES

Popular TV se preocupa de llegar a su audiencia potencial:

TV analógica

TDT

Satélite: Canal 98 de Digital + e Hispasat en abierto (11972 Mhz)

Cable: Canal 982 de ONO, Telecable y R en breve

IPTV: Canal 12 de Imagenio. Negociación con Jazztel y Orange

Movil: En breve en e-mocion y también Off-Portal

WebTV: Youtube, Zattoo y streaming en www.populartv.net

EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO TELEVISIVO

El negocio de la televisión, en el período 2006-2011, tendrá dos vertientes: las cadenas que operan en España aumentarán su negocio de 2.780 millones a 3.848, un 38% más. Sin embargo, el crecimiento será mucho mayor en la distribución de contenidos televisivos: los 2.010 millones registrados más que se duplicarán hasta alcanzar los 4.900 millones.

Fuente: Price Waterhouse Cooper

Las televisiones públicas establecidas deben recortar los minutos de publicidad por hora para facilitar la viabilidad económica de los operadores privados que no disponemos de un modelo mixto de financiación

Las nuevas Televisiones Autonómicas de modelo mixto sí han logrado demostrar que no hace falta endeudarse para sobrevivir (Aragón TV).

La oportunidad de tener poca publicidad es la vía de cautivar al espectador, harto de los excesos

Presupuesto 2007 Televisión de Galicia: 119 millones.

Ventas Corporación RTVG: 20 millones, de los que 17 millones, el 14,28% , son en publicidad.

Subvención pública: 111 Millones

¿ Cómo competimos desde Popular TV sin ninguna ayuda pública?

Haciendo buena televisión e invirtiendo sólo donde tengamos retorno



LAS TELEVISIONES LOCALES Y AUTONÓMICAS DIGITALES INDEPENDIENTES SON INVIABLES ECONÓMICAMENTE (Salvo 905/porno/brujas)

- Sólo contenidos locales no captan audiencia.
- Sin audiencia venta comercial imposible. Costes siempre superan a ingresos.
- La historia de la radio local (siendo mas barata la producción) así lo demostró.
- Las públicas pierden TODAS . Algunas Telemadrid, Canal Nou, TV3 tienen subvenciones de entorno a 200 millones de euros cada una. ¿ Alguien cree que las locales o autonómicas privadas van a producir o comprar mejores programas y más interesantes? ¿ Qué podrán desarrollar mejores contenidos interactivos?

PROPUESTAS ALTERNATIVAS CONTENIDOS: ÚNICO CAMINO PARA LA SUPERVIVENCIA



Guía de hotel



Mesa y vaso. Económica.
Mercado carácter político



Videoclips musicales



Cine



Programas enlatados o
ficción de second round



Mesa y vaso.
Multiredifusión de los
informativos



Nostalgia de A3



Buena televisión. Compite
con productos similares a las
generalistas.

Formas de incorporar contenidos:

La tradicional.- Con € y \$ se puede comprar casi todo. Modelo muy sencillo y lo hace cualquiera.

Compartiendo riesgo.- Proveedor de contenidos cobra un % en función de la publicidad generada en su slot.

Venta del espacio de emisión.- se usa mucho en locales, se pone un precio al slot, el proveedor lo compra y se encarga de la publicidad al 100% .

Acuerdo con Majors para hacer canales temáticos en TDT.

Producir contenidos.- Incorporar contenidos a medida.



TDT: UNA OPORTUNIDAD PARA LAS PRODUCTORAS

Las productoras españolas buscan formatos en el extranjero, en vez de crear sus propios formatos, lo que impide una explotación multiplataforma.

La competencia en el sector de televisión será muy dura y obligará a diversificar contenidos y segmentar los canales.

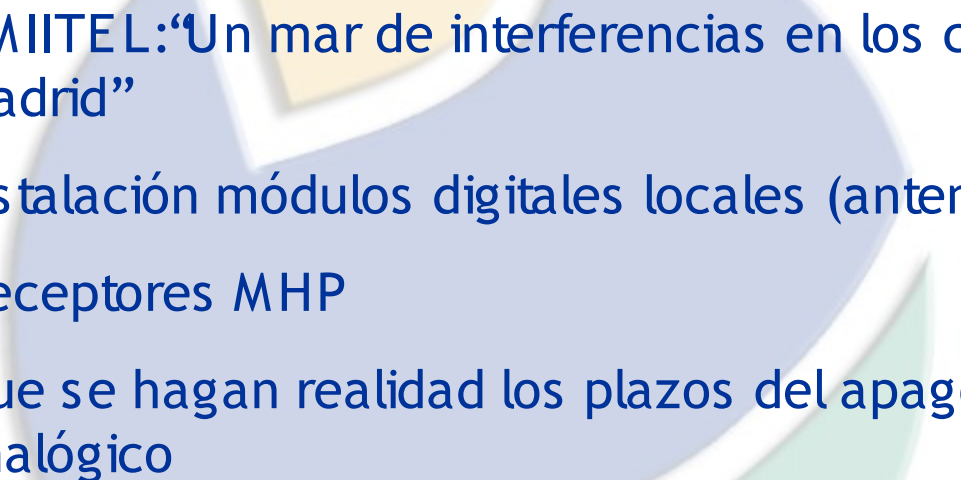
Las producciones deberán ser a la carta y más económicas.

Las distribuidoras deben vender más barato y más rápido (se acabarán los 3 años 3 pases).

Los catálogos deben rotarse mucho más rápidamente.

La exclusividad no será bien pagada en muchos de los contenidos. Sin embargo la oportunidad de una repetida exposición del producto puede dar lugar a ventajas adicionales en el plan de negocio.

TEMAS IMPRESCINDIBLES A RESOLVER

- 
1. AMIITEL: “Un mar de interferencias en los cielos de Madrid”
 2. Instalación módulos digitales locales (antenización)
 3. Receptores MHP
 4. Que se hagan realidad los plazos del apagón analógico

Con todo esto resuelto hablaremos de la interactividad...

¿ Quiere la audiencia interactuar con los programas de televisión?



SITUACIÓN DE LA INTERACTIVIDAD EN ESPAÑA

A pesar de la mayores prestaciones de la TDT para la interactividad, con respecto a la televisión analógica, aquella ni si quiera ha alcanzado el nivel de desarrollo que tiene en la actualidad la interactividad en el entorno analógico



La mayoría de la oferta de servicios interactivos consisten en EPG's o en servicios de teletexto avanzado ajenos a programas. Excepto RTVE, no parece que, al menos por ahora, los operadores nacionales tengan interés en ofrecer servicios más avanzados

Razones:

- Escaso interés por el éxito de la migración a la TDT, en general, de los operadores dominantes y de nuevos entrantes analógicos
- Escasez de ancho de banda para la emisión de servicios interactivos
- Ausencia de descodificadores interactivos en los puntos de venta.
- Apoyo de la administración a proyectos de T-administración más que a proyectos con “tirón popular”.
- Intereses cruzados de algunos operadores con otros modelos de negocio de televisión, posiblemente perjudicados por la implantación masiva de la interactividad

Factores que frenan la transición de la interactividad analógica a la digital

- La interactividad digital canibaliza a la interactividad analógica, la cual está reportando importantes ingresos vía SMS o líneas 900
- El sistema actual de medición de audiencias penaliza a las aplicaciones interactivas, al descontar a los usuarios como audiencia de la cadena y no sumarlos como consumidores de interactivos
- Los servicios interactivos actuales están al margen de los programas de televisión. Sin embargo, los servicios más demandados son aquellos que permitan, de alguna forma, participar o personalizar la emisión.



PUNTOS FUERTES DE POPULAR TV

No lo es la interactividad, ni lo será. La utilizaremos como servicio

Única televisión familiar, pero de verdad del país. Blanca, buen gusto

Contenidos positivos, transmisión de valores universales

Ayuda a convivir con los seres queridos

Fomento de la creatividad y diversión permitiendo acceso a nuevos puntos de vista con historias positivas y llenas de esperanza.



UNA TELEVISIÓN AL ALCANCE DE TODOS

Popular TV quiere ser la elección de aquellos espectadores que quieren que la TV sea, además de un entretenimiento, un elemento determinante en la formación humanística del individuo y en el incremento de los valores éticos.

Nos definimos como una televisión plural, independiente, que presta atención preferente a la información y a programas que promuevan y estimulen la participación ciudadana, todo ello dentro de una línea editorial positiva, familiar y cristiana.



POPULAR TV aporta realmente valor a sus espectadores como “Agencia de Sentido”, defendiendo los valores y principios del humanismo cristiano. Nos gusta considerarnos una televisión modesta, pero digna.

Hemos aprendido que la televisión es maravillosa. Somos nosotros los que tenemos la capacidad de introducir en ella programas interesantes o simplemente basura.

UN PAR DE COSAS MÁS

- 1.- La TDT permite a los radiodifusores dar mayor calidad y mayores servicios a los espectadores.... pero sólo hacemos simulcast.
- 2.- Los servicios interactivos no asociados a programa no son impulsivos y no resultan interesantes para un operador privado. Puede existir un modelo de negocio para los S.I. asociados a programa, especialmente la publicidad interactiva.
- 3.- La guía de programación no aporta dinero, pero si será percibida por el espectador como un servicio de utilidad.
- 4.- Los operadores privados invertiremos en aquellos servicios que nos resulten rentables económicamente o que nos aporten reputación.

El caos regulatorio (nadie se atreve a decir no sólo cuando, sino como se hará el apagado) y del nuevo mercado digital marcará la nueva foto

Lo mejor es que a pesar de que siempre hay intereses mercantiles y políticos, el espectador tiene la última palabra

Grandes Incógnitas:

- Quiénes serán los canales (30) de la TDT
- Medición de Audiencias
- Descodificadores
- Con qué se paga toda esta nueva tarta




Viernes, 14 de Septiembre de 2007


Silencio en el PNV ante la decisión de Imaz y sus consecuencias

Varios diputados del grupo parlamentario del PNV en el Congreso se han negado esta mañana a valorar la noticia de que Josu Jon Imaz no se presentará a la reelección para presidir el partido y abandonará la vida política y tampoco han querido especular sobre las consecuencias que esta decisión tendrá en el seno del nacionalismo vasco y en la política española. En concreto, tres de los siete parlamentarios que el PNV tiene en la Carrera de San Jerónimo declinaron opinar sobre esta

1/3 ▶



GLOBAL DIGITEXT



El peneuvista Emilio Olabarria se ha limitado a comentar que desconocía las intenciones de Imaz

▶ Salir ◀ Volver 11:55:43

Viernes, 14 de Septiembre de 2007

HOY

05:00 INFOCOMERCIALES

07:23 PATRIMONIO RELIGIOSO SUR
EXTREMADURA

07:49 PALABRA DE VIDA

08:00 CLOVERDALE'S CORNER

08:25 PUBLICIDAD NACIONAL 2'

08:27 DIBUJOS ANIMADOS

09:25 SALÓN DE CINE

11:28 EL DICCIONARIO POPULAR

12:00 ÁNGELUS

12:05 SANTA MISA



POPULAR TV
REGIÓN DE MURCIA

Salir

11:24:08

EL TIEMPO

Hoy: Viernes, 14 de Septiembre de 2007

PREVISIÓN: VIERNES, 14 DE SEPTIEMBRE



Murcia

Temp. Max: 30 °C

Temp. Min: 15 °C

PREDOMINIO DE POCO NUBOSO, CON INTERVALOS DE NUBES ALTAS.
TEMPERATURAS SIN CAMBIOS O EN LIGERO ASCENSO. VIENTOS VARIABLES FLOJOS
CON PREDOMINIO DE LA COMPONENTE ESTE.

global  Salir  Murcia  Mañana  Temperaturas

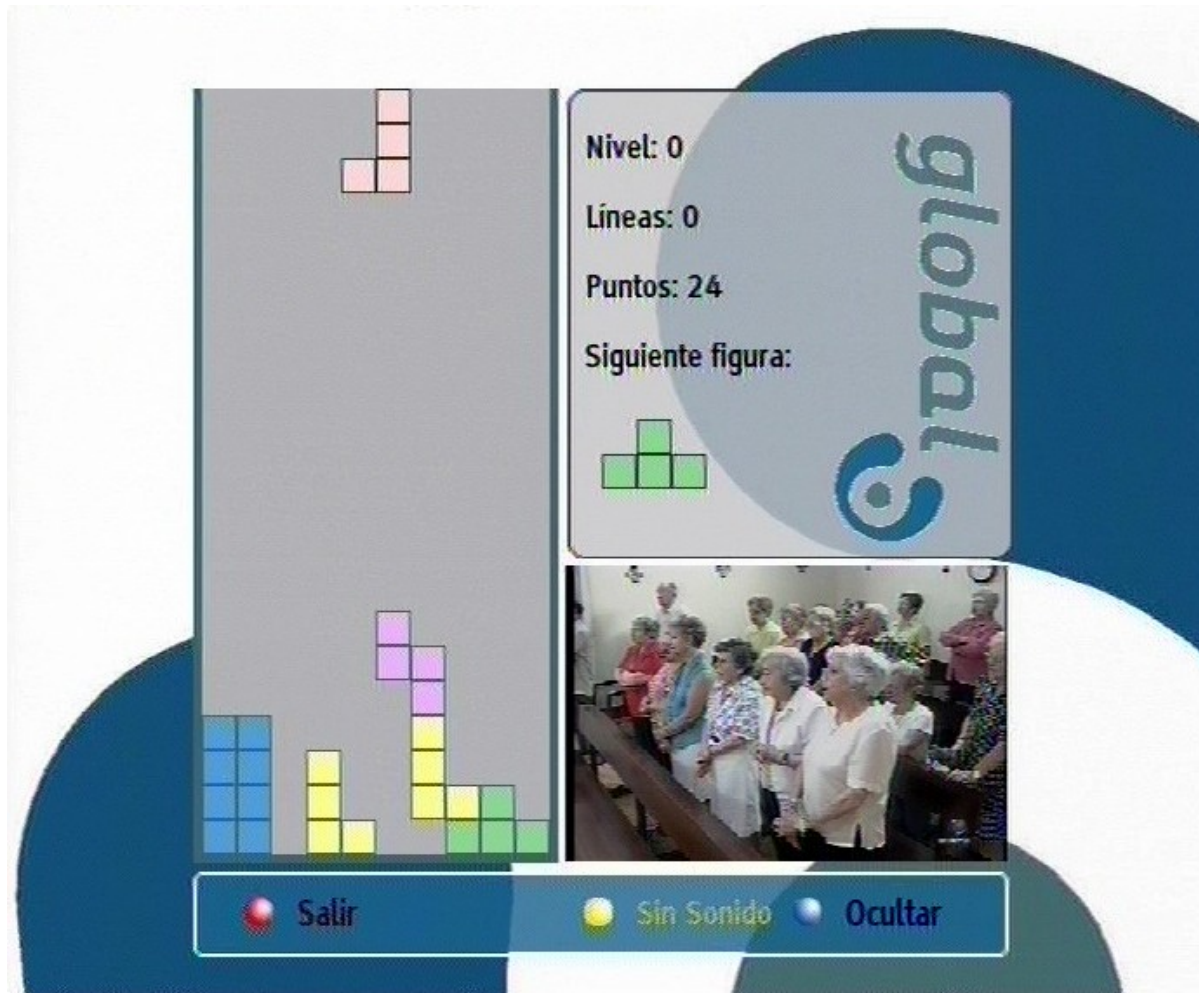
HORARIO DE MISAS

Viernes, 14 de Septiembre de 2007

Parroquia	Sabados y Vísperas	Domingos y Festivos
Catedral	20:30	7:30 , 10:00 , 12:00 , 20:30
San León Magno	21:00	9:30, 21:00
Santo Domingo	21:00	8:00, 20:00 , 21:00,
Santa Catalina	19:00	9:00 , 11:00 , 13:00 , 19:00...
San Pío X	20:30	9:00
San Antolín	20:00	8:30, 11:00 , 20:00
Sta. María Madre Iglesia	20:00	11:00 , 20:00
San Juan Bautista	19:30	9:30
Ntra. Sra. del Carmen	20:00	9:00 , 12:00, 20:00 (A partir...
La Purísima	20:00	9:00 , 11:30
Ntra. Sra. Esperanza	19:00	10:00
Ntra. Sra. de Fátima (Vis...	20:00	9:00* , 10:00**, 11:00*
San Miguel	20:30	9:00 , 20:30
San Andrés	19:30	9:00 , 12:00 , 20:00
San Bartolomé	19:30	10:30 , 11:30 , 19:30

 Salir
  Volver
 11:24:54

JUEGOS



The screenshot shows a Tetris game interface. The main play area is a grey grid with several colored blocks (pink, blue, yellow, green) already placed. A pink block is currently falling. To the right of the grid is a grey panel with the following text: "Nivel: 0", "Líneas: 0", "Puntos: 24", and "Siguiete figura:". Below the text is a green T-shaped block. The "global" logo is visible on the right side of the panel. At the bottom of the interface is a blue control bar with three buttons: "Salir" (with a red dot), "Sin Sonido" (with a yellow dot), and "Ocultar" (with a blue dot). An inset photo in the bottom right corner shows a group of elderly people sitting at a table.



POPULAR TV

PORTAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA

 **Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Cartagena**
Muelle Alfonso XII, S/N - 30201 Cartagena - Telf: 968 50 70 50 / 54 758 - Fax: 968 12 26 92

La Cámara ◀ Qué es la Cámara

Boletines El Pleno

Servicios Las Oficinas

Vivero de Empresas

Noticias


Cartagena

Cartagena Viernes, 14 de Septiembre de 2007

◀ OK Salir



www.populartv.net



**Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Cartagena**
Muelle Alfonso XII, S/N - 30201 Cartagena - Telf: 968 50 70 50 / 54 758 - Fax: 968 12 26 92

Qué es la Cámara


La Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación es una Corporación de Derecho Público creada con los siguientes fines:

- La representación, promoción y defensa de los intereses generales del comercio, la industria y la navegación
- La prestación de servicios a las empresas

Se configura como un órgano consultivo y de colaboración con las Administraciones Públicas, actuando como institución intermedia vertebradora de la relación entre dichas Administraciones y las empresas. Gestionada por las propias empresas, administra recursos públicos y realiza funciones público-administrativas con criterios empresariales, todo ello sometido a un control público del gasto (Administraciones tutelantes y Tribunales de Cuentas).

Las Corporaciones de Derecho Público son entidades dotadas de personalidad jurídica, que tienen las siguientes características básicas:

- Tienen que ser específicamente creadas por Ley.
- La Ley les encomienda el ejercicio de competencias de carácter público-administrativo.
- No forman parte en sentido estricto de las Administraciones Públicas, aunque participan de su naturaleza.

 Salir  Siguiente  Menu 



POPULAR TV

PORTAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA

Cerca

abril 2007
boletín / 06

Cámara
Cartagena

SUMARIO:

- ACTUALIDAD CAMARA**
- NUESTROS EMPRESARIOS
- AUTÓNOMOS
- TE INTERESA
- A TU SERVICIO
- EDICION

Te ayudamos
a emprender

www.cocin-cartagena.es

centic
PROYECTO COORDINADO

▼ **OK** **Salir**

Cámara
Cartagena

www.populartv.net



POPULAR TV



POPULAR TV
La familia y uno más

GRACIAS POR VUESTRA ATENCIÓN

www.populartv.net

Santiago, 30 de Noviembre

ACADEMIA ABERTA 2007