



# BARÓMETRO TV

Análisis de la producción  
y distribución televisiva en España

1ª oleada - mayo 2009



BARLOVENTO COMUNICACIÓN

Consultora audiovisual





# BARÓMETRO TV

Barlovento Comunicación, consultora audiovisual, presenta la primera oleada del estudio sobre el "Análisis de la producción y distribución televisiva en España", que hemos denominado BARÓMETRO TV.

Con este informe, que se fundamenta en la opinión de destacados profesionales del mercado televisivo, a quien agradecemos su colaboración como panel de expertos, se muestra el estado de un asunto que nos afecta a todos y deseamos contribuya de manera fehaciente a que todos los actores del mercado televisivo dispongan de un estudio esencial, y aporte valor a la propia actividad.

BARÓMETRO TV tendrá tres o cuatro ediciones anuales en función de los acontecimientos del sector y deseamos que se convierta en un análisis continuo de la producción y distribución televisiva de nuestro país.

Presentamos la primera entrega del estudio con las conclusiones más destacadas.

**A** continuación presentamos los aspectos más destacados del informe elaborado por Barlovento Comunicación sobre la producción y distribución televisiva en España.

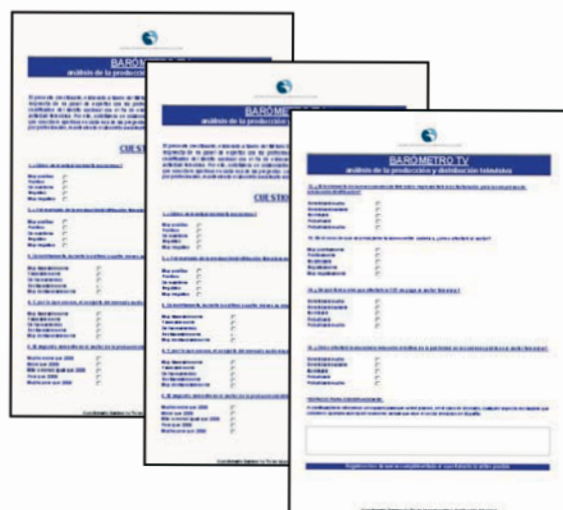
Para la elaboración del presente informe hemos contado con la colaboración de destacados profesionales del sector, **que representan más del 65% del volumen de negocio del mercado de la producción audiovisual.**

Además, el estudio cuenta también con el asesoramiento técnico de Eduardo Madinaveitia, experto en investigaciones similares tales como Zenith Vigía y Zenthinela.

### Aspectos coyunturales

El mercado de la producción y distribución audiovisual se está viendo sometido en los últimos meses a rapidísimos cambios tanto estructurales como de modelos de negocio.

La desfavorable situación económica general ha producido **una fuerte caída del mercado publicitario** (de más del 30% en dos años), una de las principales fuentes de financiación de la televisión e, indirectamente, de la producción.



Por otra parte, estamos a menos de diez meses de lo que ahora se viene llamando "encendido digital", con lo que aumentarán los hogares con acceso a un número mayor de canales de televisión. Además, se plantean varios interrogantes en el sector sobre las posibles fusiones entre cadenas, la inminente supresión de la publicidad en TVE y la posibilidad de la puesta en marcha de la TDT de "pago", que aumentan la incertidumbre de todos los actores involucrados en el mercado de la televisión.



## “La situación del mercado de la producción y distribución audiovisual”

Para el análisis de la situación actual del mercado se han definido una serie de índices, que van desde -100 (una situación en la que todas las personas que opinan tengan una percepción muy negativa del “ítem” considerado), hasta +100, que se daría en el caso contrario: todos los consultados tendrían una percepción muy positiva sobre la cuestión.

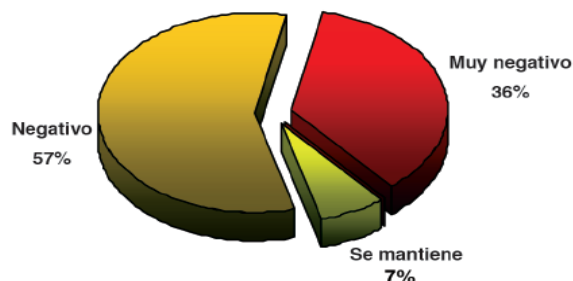
El valor real que aportan estos índices se podrá analizar en sucesivas oleadas al permitir el seguimiento y la evolución de cada uno de los “ítems”.

En primer lugar tratamos de averiguar cómo se percibe la situación económica desde nuestro sector.

Para ello utilizamos el índice **IPSE (Índice de Percepción de la Situación Económica)**; se obtiene un valor de -64,4, muy negativo sin duda, pero algo mejor que el que se obtiene en las mismas fechas desde el mercado publicitario (-78,9).

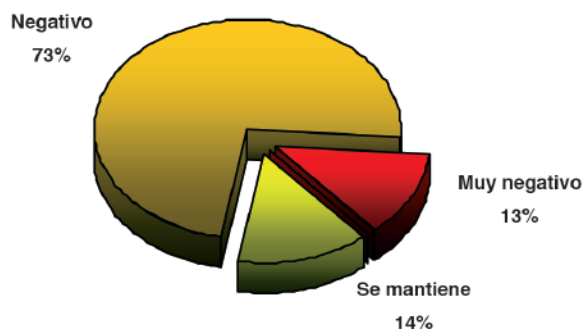
**Casi todos los expertos ven negativo o muy negativo el actual momento económico;** sólo un 7% considera que se mantiene.

1.- ¿Cómo ve el actual momento económico?



Si nos centramos ya en el mercado de la producción para observar cómo se percibe desde dentro, utilizaremos el índice **IPMPr (Índice de Percepción del Mercado de la Producción)**; se obtiene un valor de -49,4. También se trata de un valor negativo, pero parece indicar que **el mercado tiene una cierta confianza en sí mismo**, lo que le hace percibirse en mejores condiciones que la situación económica general. De hecho, para un **14% de los expertos que responden al cuestionario, la actividad de la producción y la distribución audiovisual se mantiene.**

2.- ¿Cómo ve el mercado de la producción/distribución televisiva?



En este mismo ámbito se puede apreciar cómo a pesar de la actual situación económica, el mercado publicitario se percibe a sí mismo mucho peor de lo que lo hace el de la producción y distribución televisiva, ya que en el mes de mayo se obtenía un índice de  $-77,2$ .

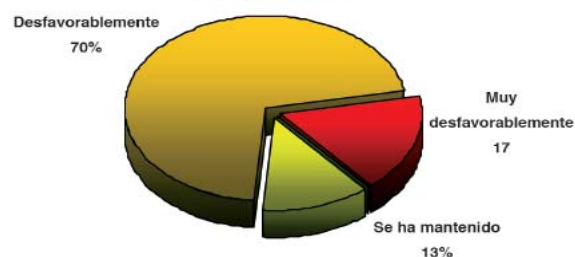
**La percepción resulta menos negativa si la obtenemos a partir de la opinión que cada consultado nos ofrece sobre la marcha de su propia empresa.**

En este caso, si bien obtenemos de nuevo un índice negativo ( $-7,6$ ), se trata de un valor que representa casi la estabilidad. De hecho sólo un 27% de las empresas evolucionaron desfavorablemente, frente a un 26% que afirman haberlo hecho de modo favorable.



Si nos referimos ahora al conjunto del mercado audiovisual televisivo se obtiene un índice de  $-52,3$ . Aquí sólo un 13% de las opiniones consideran que el mercado se ha mantenido, mientras que una amplísima mayoría piensa que ha evolucionado negativamente.

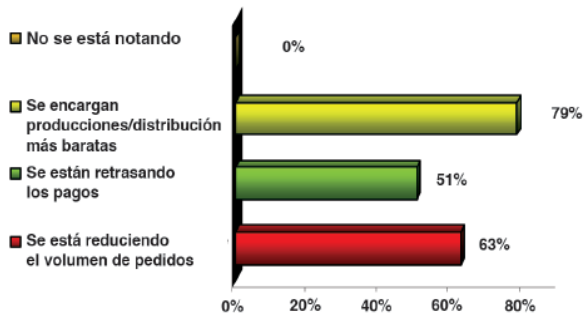
4.- El conjunto del mercado audiovisual televisivo ha evolucionado...



La crisis está afectando seriamente al sector de la producción y distribución televisiva. No sólo **se encargan producciones más baratas**, algo en lo que están de acuerdo el 79% de las opiniones, sino que también **se está reduciendo el volumen de pedidos** (algo que creen el 63% de los encuestados). Además se están **retrasando los pagos** hasta plazos mucho mayores de los acostumbrados (51% de las opiniones). (Ver gráfico 5).



### 5.- ¿Cómo está afectando la situación económica al sector de la producción/distribución televisiva?

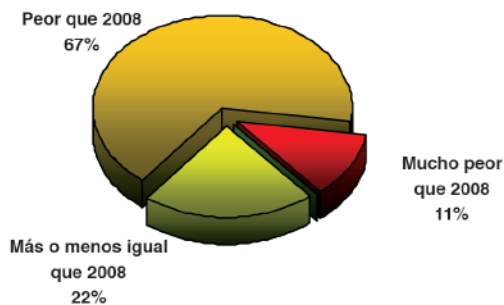


### El futuro inmediato

**No se esperan mejoras en el mercado de la producción y distribución audiovisual durante la segunda mitad de este año.**

Una amplísima mayoría (78%) de las personas que opinan, cree que será aún peor que los últimos meses, mientras que el resto afirma que será más o menos igual. Esto, traducido en índices, nos daría un valor de -44,9.

### 6.- El segundo trimestre en el sector de la producción y distribución televisiva será...



### El mercado televisivo

**El año 2009 será negativo en general para todos los aspectos de la producción televisiva.**

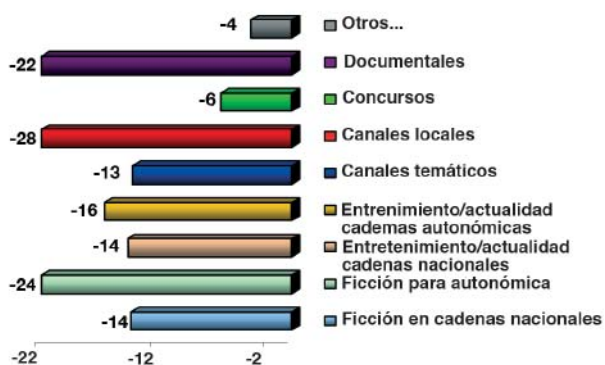
Disminuirá tanto la producción para canales locales de televisión (-28%), como la producción de ficción para canales autonómicos de televisión (-25%) y la producción de documentales (-22%).

Sufrirán un descenso algo menor la producción de programas de entretenimiento/actualidad para cadenas autonómicas (-16%), la producción de programas de entretenimiento/actualidad para cadenas nacionales (-14%), la producción de ficción para cadenas nacionales de televisión (-14%) y la producción para canales temáticos de TV (-14%).

También tendrán una evolución negativa, aunque menos acusada, la producción de concursos (-6%) y la producción de otros géneros de programas (-4%). (Ver gráfico 7).



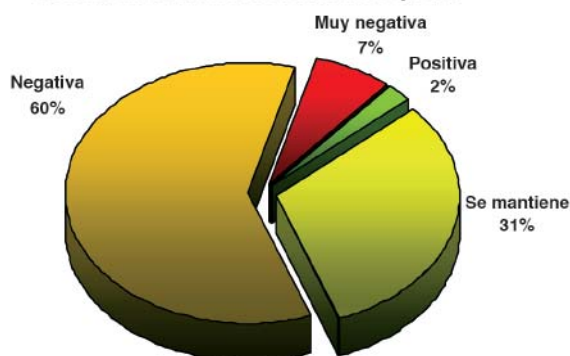
7.- ¿Cómo cree que evolucionará el mercado español televisivo en 2009 con respecto a 2008?



La percepción del mercado de la distribución televisiva es también negativa en general.

Sólo un 2% de los profesionales que responden creen que evoluciona positivamente; un 31% cree que se mantiene y un 60% opina que evoluciona negativamente.

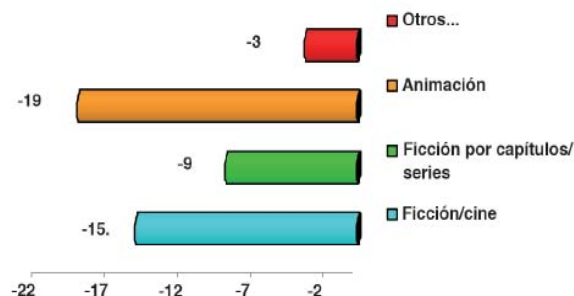
8.- ¿Cómo ve la situación actual del mercado de la distribución televisiva en España



Evolución por géneros

La **animación** sería el tipo de contenido cuya distribución sufriría más en 2009 respecto a 2008, ya que podría caer un 19%; también bajaría el **cine** y la **ficción** (un 15), y la ficción **por capítulos y series** (un 9%).

9.- ¿Cómo cree que evolucionará la distribución de los siguientes contenidos en el mercado español televisivo en 2009 con respecto a 2008?





## El paso a la TDT

**Tres de cada cinco encuestados opinan que se cumplirá la fecha oficial del 3 de abril de 2010 para el definitivo "encendido digital"; el 40% restante considera que se retrasará.**

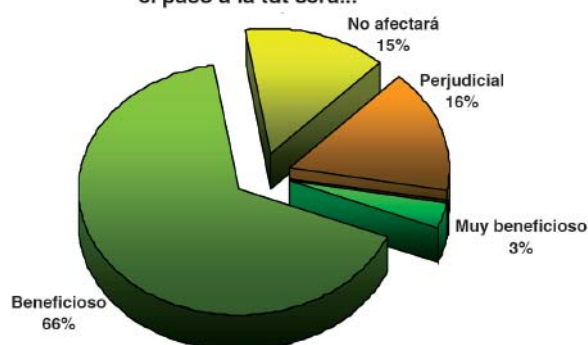


**El sector de la producción y distribución audiovisual opina que el paso a la TDT resultará beneficioso.**

Se trata de una opinión compartida por el 67% de las personas que contestan; un 15% cree que no afectará, mientras el 16% lo considera perjudicial.

Traducido a índices obtenemos un 29, lo que indica una opinión claramente positiva sobre la influencia en el sector.

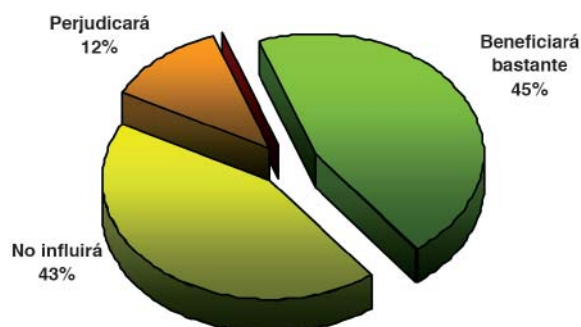
11.- Para el sector de la producción el paso a la tdt será...



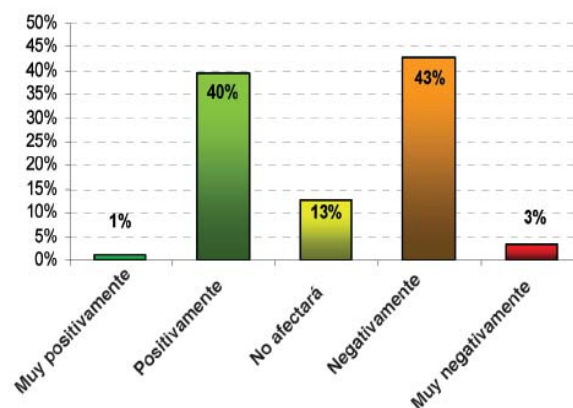
Además, **son mayoría los expertos que opinan que el incremento de canales representará más facturación para las empresas de producción y distribución.**

Un 45% de los encuestados cree que beneficiará bastante mientras que sólo un 12% considera que les perjudicará. (Ver gráfico 12). Traducido a índices el resultado es positivo: 16,9.

12.- ¿El incremento de los canales de televisión representará más facturación para las empresas de producción/distribución?



13.- En el caso de producirse fusiones entre cadenas ¿cómo afectará al sector



## Las fusiones televisivas

La posibilidad de **fusiones entre diferentes empresas televisivas produce una cierta división de opiniones**, con una tendencia más bien negativa.

El 43% de los panelistas cree que si se producen fusiones habrá consecuencias negativas para el sector de la producción, mientras el 40% cree que la resultante será positiva. Traducido a índices nos da un valor ligeramente negativo: -4,1. (Ver gráfico 13).

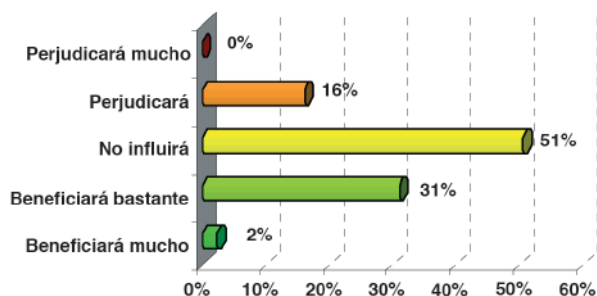
## Los efectos de la TDT de "pago"

En el momento en que los expertos contestaron al cuestionario aún no se había aprobado la TDT de "pago", pero **las previsiones sobre sus efectos se suponían más bien positivas** para el sector de la producción.

Mientras el 31% de los encuestados consideran que será beneficioso, sólo un 16% lo cree perjudicial. Y el 51% considera que no influirá.

Si se traduce a los índices que venimos utilizando obtenemos un positivo 9,8. (Ver gráfico 14).

#### 14.- ¿De qué forma cree que afectará la TDT de "pago" al sector televisivo



Un 39% de los expertos cree que la medida les favorecerá, mientras sólo un 36% opina que será perjudicial para el sector.

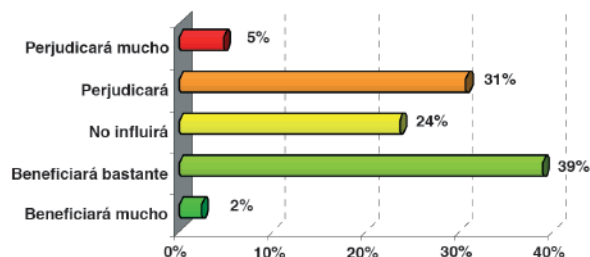
Con esas valoraciones se obtiene un índice ligeramente positivo: 1,5, claro signo de división de opiniones.

### La supresión de la publicidad en TVE

En el momento del envío del cuestionario aún no se hablaba de la "supresión total" de la publicidad de TVE; la información que se consideraba era la inicial "reducción drástica".

**La opinión de los panelistas sobre esta medida se divide**, pero con una ligera tendencia a expresar que será positiva para el sector de la producción.

#### 15.- ¿Cómo cree que afectará la reducción drástica de la publicidad en cadenas públicas al sector televisivo?



\* Los porcentajes que aparecen en los gráficos son cifras en redondeo para evitar el uso de decimales.

**El texto íntegro de este informe se puede descargar en la web [www.barloventocomunicacion.com](http://www.barloventocomunicacion.com)**



BARLOVENTO COMUNICACIÓN

Consultora audiovisual

# BARÓMETRO TV



BARLOVENTO COMUNICACIÓN

Consultora audiovisual