Una televisión de pago única

La forzosa integración de Canal Satélite Digital con Vía Digital en una única megaplataforma de televisión de pago en España ha puesto de manifiesto la inmadurez del mercado y ha servido para replantear el reto del futuro del sector como «servicio público especial».

Cuando la TV pública estatal atraviesa una de las peores coyunturas de su historia, las hasta ahora dos únicas cadenas de pago existentes en España acaban de consumar un plan de convergencia en una única plataforma digital por satélite. La nueva Sogecable, nacida de las entrañas de *Canal Satélite Digital (CSD)* y de *Vía Digital (VD)*, se ha presentado en sociedad con la marca *Digital* + para liderar el sector tomando posiciones antes del «apagón» analógico previsto para 2012. Esta *pax digital* pone fin a un duelo malthusiano en el sector de la televisión de pago que en algo más de cinco años había provocado un agujero negro conjunto que algunas fuentes cifran en 2.500 millones de euros.

La nueva plataforma emerge sobre las brasas de un negocio que nació a escala de las exageradas expectativas alimentadas por el supuesto *boom* de los derechos de emisión del fútbol profesional. A finales de 2000, *CSD* y *VD* sumaban 1.684.000 abonados y una facturación conjunta de 584,2 millones de euros en 1999, sobre un total de 885,9 millones de euros de la televisión de pago y 2.980.000 abonados.

El flamante nuevo canal unificado *Digital* +, que comenzó oficialmente sus emisiones el pasado lunes 21 de julio, ha tenido que superar una complicada dinámica de ajuste técnico-societario que ha durado cerca de 16 meses y ha precisado la acción mancomunada de siete comités de integración paritarios. Saldar con éxito un proceso de integración que no nacía de cero suponía ante todo ensamblar dos diseños con filosofías de negocio distintas y distantes.

La operación que ha culminado con la reciente fusión entre Sogecable, propietaria de referencia de *Canal Satélite Digital*, y *Vía Digital*, controlada por Telefónica, tiene su antecedente remoto en un acto fallido. El que en 1995 representó el veto de las autoridades

Fundación Telefónica
Telefónica

competentes de la Unión Europea a un principio de acuerdo estratégico de ambas plataformas para explotar la televisión por cable.

Sería precisamente ese fiasco lo que estimularía a ambas empresas en el camino de la televisión digital. En 1997 la cúpula directiva de Sogecable, tras hacerse con los derechos de emisión del fútbol, tomó la iniciativa poniendo en marcha *Canal Satélite Digital*. Y, pocos meses después, Telefónica le dio la réplica creando la competencia de *Vía Digital.*

Este duopolio en el sector de la televisión de pago, que registró momentos de duros enfrentamientos en los ambientes mediáticos, políticos y judiciales, hizo crisis en el año 2002, ya con una nueva filosofía empresarial en la dirección Telefónica. Por aquella época la antigua compañía estatal presidida por Juan Villalonga, primer representante de la firma privatizada, acababa de dar paso al equipo de César Alierta. Así, en el mes de julio de ese año, Jesús de Polanco y César Alierta comunicaron oficialmente a la Comisión Europea su propósito de asociarse en una única televisión de pago. Previamente Sogecable había aumentado hasta el 80 por ciento su cuota en Audiovisual Sport, propietaria de los derechos del fútbol, al comprar a Telefónica su 40 por ciento en la sociedad.

La vieja competencia y el nuevo mercado

Tras ser devuelto el expediente de fusión al gobierno español, por aplicación del principio de subsidiaridad, el 16 de agosto Bruselas hizo saber que en su opinión la pretendida concentración podía suponer una amenaza para la libre competencia en ocho mercados de la televisión de pago. No obstante, logrado el visto bueno del Servicio de Defensa de la Competencia, el 23 de noviembre de ese mismo año el gobierno autorizaba finalmente la integración con un anexo que incluía 34 condiciones.

La nueva plataforma digital por satélite monopolizadora de la televisión de pago en España, tras el cierre en la primavera del 2002 de su homologa terrestre *Quiero TV*, tiene como accionistas de referencia al Grupo Prisa (16,38 por ciento), Telefónica (22,23 por ciento) y Canal Plus Francia (16,38 por ciento). Aunque esta estructura podría cambiar próximamente al haber avisado Vivendi, propietario de *Canal Plus*, que se desprenderá de su participación en Sogecable para intentar hacer frente a las deudas que abruman al consorcio francocanadiense.

El proceso de fusión abordado por *Canal Satélite Digital* y *Vía Digital* ha requerido unificar previamente los elementos técnicos que durante su periplo como sociedades independientes constituían sus respectivas señas de identidad. Entre otros signos diferenciales, había que hacer compatibles dos sistemas de satélite (Astra e Hispasat), sendos tipos de descodificadores (*multicrypt* y *simulcrypt*), tres mandos a distancia y diferentes tarjetas de abonados.

Como imprevista rúbrica de la nueva etapa, la botadura de la megaplataforma ha coincidido en el tiempo con una sentencia del Tribunal Supremo que condenaba al gobierno a pagar una fuerte indemnización al Grupo Prisa por haber impedido la homologación de su descodificador

Fundación Telefónica
Telefónica

multicrypt. El fallo, que supondrá ingresar en las arcas de la primera Sogecable cerca de 20.000 millones de las antiguas pesetas, es el último vestigio del viejo desafío competencial que durante más de un lustro lastró el magro mercado de la televisión digital por satélite en España.

Digital + ofrece más de 150 canales nacionales y extranjeros y servicios audiovisuales. En la flamante parrilla televisiva predominan los contenidos deportivos, cinematográficos, documentales, infantiles, de aventuras, musicales e informativos. Todo servido en ocho paquetes con precios que oscilan entre 22 y 49,80 euros por módulo. El *kit* más simple en la antigua *Vía Digital* costaba 16 euros e incluía mayor número de canales.

La nueva Sogecable ha surgido para optimizar un mercado exiguo que, ejercicio tras ejercicio, ha estado minando las cuentas de resultados del duopolio digital de pago en liza, lo que finalmente había hecho encender los primeros avisos de riesgo cierto. Sólo durante el primer trimestre de 2003, *Canal Satélite Digital* registró unas pérdidas de 17,2 millones de euros y una merma en el mismo periodo de 56.247 abonados. Por su parte, en 2002 *Vía Digital* anotó números rojos por valor de 240 millones de euros.

Las previsiones del grupo surgido de la fusión digital son alcanzar los dos millones y medio de clientes al finalizar el año en curso 2003. Tales estimaciones, que algunos expertos estiman demasiado optimistas, proceden de la suma de los 1,2 millones de abonados de *Canal Satélite Digital*, con los cerca de los 750.000 con que contaba *Vía Digital* y gran parte de los 653.000 que tiene *Canal* +, la oferta analógica de Sogecable. Según algunos estudios de mercado, la compañía fusionada podría alcanzar la rentabilidad en el año 2004 con unos beneficios de 18 millones de euros y 2,76 millones de abonados. En opinión de estos expertos, parte de este *sorpasso* contable procederá de un ahorro de un 13,5 por ciento del total de costes operativos originado por la integración.

Expectativas, sinergias y dudas razonables

En el plano interno, todo parece indicar que la convergencia digital se ha diseñado con prevalencia de la estructura de la plataforma controlada por el Grupo Prisa, posiblemente por el decisivo peso específico que aportaba el control de los derechos del fútbol y su también mayor veteranía en el sector. La nueva Sogecable y *Digital* + no sólo actualizan sus marcas de procedencia, sino que además son sus canales temáticos los dominantes en la innovada programación y, lo que es más importante, el acuerdo confía la gestión de la compañía líder al *staff* directivo de Jesús de Polanco.

Telefónica, por su parte, metaboliza otros repliegues colaterales a causa de las sinergias de la fusión digital. Así, en el frente laboral, *Vía Digital* tuvo que facilitar el adelgazamiento de la plantilla haciendo posible que algo más de la mitad de sus empleados se acogieran a bajas incentivadas. Un revés similar se ha trasladado sobre la empresa Media Park (MP), participada por la firma que preside César Alierta, que con la nueva etapa puede verse fuera de la programación de Sogecable, cuando MP era la productora que aportaba mayor número de canales a la plataforma de televisión digital de Telefónica.

Fundación Telefónica
Telefónica

Estos efectos inducidos parecen indicar que el impulso de la integración horizontal que representa la fusión rectifica a la viceversa la política de integración vertical con que Telefónica había proyectado *Vía Digital* con proveedores asociados. Lo que según el criterio de determinados analistas configura para la nueva Sogecable una mercado con atisbos de posición dominante cara a proveedores y consumidores. En este sentido se cita el hecho de que la nueva programación incluya sólo un 10 por ciento de productos independientes frente al teórico 20 por ciento inicialmente exigido.

Las otras pegas provienen de sectores que vienen trabajando intelectualmente en línea de potenciar el futuro de la televisión pública en la era digital. Así, el estudio hecho público en diciembre de 2002 por la Fundación Alternativas, entidad sin ánimo de lucro ubicada en coordenadas ideológicas de la izquierda parlamentaria, alertaba sobre el peligro de que en nuestro país estuviéramos asistiendo al ocaso del modelo televisivo generalista por el empuje de modelos individualistas de gestión privada.

Este temor, que según dicho estudio de concretarse menoscabaría el modelo televisivo español como «servicio público especial», estaría alimentado por recientes normativas como la Disposición Adicional 44, de la Ley 66/1997, de 30 de diciembre, que representó el arranque de la Televisión Digital Terrestre (TDT). En este sentido, el documento de referencia critica el hecho de que esta disposición conceda a Radio Televisión Española (RTVE) sólo dos de los cinco programas del Canal Multiplex digital, mientras reserva el resto para los actuales operadores privados en analógica.

En suma, como también insinúa Ángel García Castillejo, autor de la propuesta del Consejo Audiovisual, la cuestión estriba en el riesgo de que la transición a la era digital se construya sobre un débil consenso que permita una dualización social al no universalizar el acceso a los modernos sistemas de comunicación que conlleva la Sociedad de la Información. O, en palabras del profesor Fernando Ballesteros, que se consolide la «brecha digital».

Respecto al mercado audiovisual en general, la cuota de la megaplataforma es aproximadamente de un 26,3 por ciento, y su capitalización bursátil, tomando como referencia la cotización última de la primitiva Sogecable, puede superar ampliamente los 1.100 millones de euros. Ahora, con la nueva posición dominante en el mercado, la piedra de toque para Sogecable es comprobar si se cumple la ley de Say y la oferta suscita la necesaria demanda.

Rafael Cid

Fundación Telefónica
Telefónica