Hispasat refuerza su posición en América, Astra y Eutelsat lideran el mercado europeo

Hispasat quiere ser el operador de referencia de la televisión de habla hispana en América y ha reforzado su posición en este segmento de mercado con el lanzamiento del satélite Amazonas. Por su parte, Astra es el líder de la televisión directa por satélite en el continente europeo y Eutelsat con sus 24 satélites llega a 150 países que poseen el 90 por ciento de la población mundial.

La polémica sobre el cambio de accionariado en Hispasat empezó cuando el consejero delegado de Abertis (www.abertis.com), Salvador Alemany, habló del mundo de las telecomunicaciones ante la Junta de Accionistas de la empresa el pasado 27 de abril. Entonces indicó el interés de la empresa de infraestructuras ?cuyos principales socios son La Caixa y ACS? por las de telecomunicaciones, así como por la digitalización del audiovisual; y apostó por el satélite y por la tecnología de la televisión digital terrestre para difundir señales digitales. Tales declaraciones, y la posterior orden realizada por Abertis al banco de negocios Lhemman Brothers para estudiar su posible entrada en el accionariado de Hispasat han hecho correr ríos de tinta.

Abertis es dueña de Tradia, compró en 2003 Retevisión Audiovisual y aumentó su participación en Xfera en 2004, por lo que su entrada en Hispasat podía encuadrarse en su política de expansión en este sector. Las especulaciones han abarcado desde el mundo de la política hasta un cambio en el mercado de los operadores de satélites, dado que Hispasat (www.hispasat.com) está participado en casi un 28 por ciento por Eutelsat (www.eutelsat.com).

Hispasat: la referencia iberoamericana

Fundación Telefónica

Telefónica

En medio de las especulaciones, el operador español de satélites Hispasat ha seguido su estrategia para posicionarse como el operador de referencia en Iberoamérica y cubrir la totalidad de la televisión digital de habla hispana y un 96 por ciento de la portuguesa en el mundo. El lanzamiento del satélite de comunicaciones Amazonas, el pasado mes de agosto, da preponderancia con su haz al continente americano, al que cubre en su totalidad, aunque también llega a Europa y África. Lo más importante del Amazonas ha sido alcanzar el mercado californiano, que no recoge la señal de los Hispasat 1C y 1D, y reducir las parábolas de recepción en todo el continente. Además incorpora el novedoso sistema Amerhis de procesamiento a bordo, que permite «multiplexar» y «enrutar» canales de televisión en el propio satélite, para ofrecer paquetes de señales.

El lanzamiento del Amazonas va acompañado de la intensificación de la política de comercialización de Hispasat en el continente americano. Su principal mercado es Brasil, donde se concentrará la mitad del negocio, por lo que el grupo Hispasat creó, en 2001, en ese país, Hispamar Satélites, que explota comercializa los tres satélites del sistema.

El sistema Hispasat tiene 3 millones de usuarios en la península ibérica (DTH o cable), lo que supone el 75 por ciento del mercado de televisión de pago, gracias a la plataforma portuguesa *TV Cabo*, y al reciente acuerdo alcanzado con *Digital* +, que también lleva su señal por Astra. Hispasat llega en América a 15 millones de usuarios, a través de 8.000 cabeceras de cable, 8 millones de los cuales están en Latinoamérica y suponen una penetración del 55 por ciento del mercado. En Europa emite más de 150 señales de televisión y 65 de radio, y unas 20 en América. Provisión de redes de telecomunicaciones y misión militar completan el servicio de Hispasat.

Astra: líder en televisión directa por satélite

El sistema Astra (www.ses-astra.com) es el rey indiscutible de la televisión directa por satélite europea. De los 45,75 millones de hogares europeos que reciben este tipo de señal, Astra llega a 36,42 millones, de más de 30 países. También es el líder del mercado español, dando cobertura a 1,99 millones de hogares de los 2,49 que reciben canales por satélite. Los 66,81 millones de hogares europeos que reciben televisión por cable también reciben la oferta de Astra a través de sus cabeceras.

Los 13 satélites del sistema europeo transmiten más de 1.300 canales de televisión y radio digitales, de los que más de 120 son en abierto y el resto pertenece a programas digitales de pago en Francia, España, Holanda, Reino Unido, Alemania, Austria, Suiza, República Checa, Hungría y Eslovaquia.

Canal Satellite, Digital +, Canal Satellitet Digitaal y *Sky Digital* son las plataformas líderes que utiliza Astra en Francia, España, Holanda y Reino Unido, respectivamente. También son líderes las plataformas *UPC Direct*, que llega a República Checa, Hungría y Eslovaquia, y *Premiere*, que cubre Austria, Suiza y Alemania.

Fundación Telefónica
Telefónica

Radicada en Luxemburgo, SES Astra es una compañía de SES Global, también propietaria de SES Americom en Estados Unidos, y que posee más de 40 satélites. Además, SES Global participa con distintos porcentajes en varias compañías de satélites que en conjunto cubren todo el planeta. La empresa está ampliando su negocio hacia las comunicaciones de banda ancha, por considerar que tiene mayores tasas de crecimiento que el mundo de la televisión.

Eutelsat: de Europa al mundo

Nacida en 1977 como una organización intergubernamental europea, Eutelsat es una sociedad anónima con sede en Francia desde 2001. Sus 24 satélites llegan a 150 países que poseen el 90 por ciento de la población mundial, lo que permite a la empresa ofrecer servicios de transporte de telecomunicaciones y empresariales en todo el mundo.

En el segmento audiovisual, transporta 1.400 señales de televisión y 700 estaciones de radio en 40 idiomas. La oferta de Eutelsat llega a 110 millones de hogares, por cable o satélite, en toda Europa, África del norte y Oriente Medio, regiones en donde tiene una tasa de penetración del 80 por ciento.

BSkyB, con una audiencia de siete millones de hogares digitales en Reino Unido e Irlanda, *Sky Italia, TPS* y *Cifra* + son las plataformas digitales más importantes transportadas por Eutelsat. Junto a esta oferta, numerosas cadenas de televisión, públicas y privadas, como *BBC, France Televisión, Deutsche Welle, TF1* y *CNN*, son sus principales clientes europeos del sector audiovisual.

El motor del crecimiento

La recepción directa de televisión por satélite, individual o colectiva, tiene un crecimiento mayor que la recepción por cable. La encuesta de penetración realizada por Eutelsat en 2002, sobre los 38 países a los que da servicio de televisión por satélite, concluye un aumento del 14 por ciento a la recepción directa por satélite contra un 2,7 por ciento del cable, con respecto al año anterior. La tasa de penetración de la televisión por satélite es del 43 por ciento en estos países, que tienen un mercado más maduro del cable: 72 millones de hogares pasados frente a 61,9 millones de hogares con parabólicas.

En cuanto a la televisión digital por satélite, Eutelsat y Astra coinciden en ofrecer los mayores crecimientos. El estudio realizado por SES Astra en 30 países europeos, durante el periodo 1998-2003, concreta que «el satélite es el motor del desarrollo de la televisión digital en España y en el resto de Europa, y la lidera frente a otros medios alternativos como el cable o la TDT. En el caso de Europa, el 70,2 por ciento de los hogares con televisión digital son hogares de televisión por satélite, el 21,3 por ciento por cable y el 8,5 por ciento de TDT».

Las cifras aumentan favorablemente para el satélite en España, donde alcanza una penetración del 84,1 por ciento del mercado digital, según el estudio de SES Astra. De los 1,99

Fundación Telefónica
Telefónica

millones de hogares españoles con televisión digital, 1,68 millones tienen parabólicas y 316.000 reciben la señal por cable.

Susana Blázquez

Fundación Telefónica
Telefónica