

Iberalia TV sigue avanzando

El canal temático, líder en audiencia y distribución en el mercado de la TV de pago en España y Europa en su temática, continúa su desarrollo imparable. Iberalia TV está presente en más de 150 localidades a través de las plataformas de cable local. En su conjunto, el cable histórico ha sido la base fundamental de su crecimiento, siendo el caldo de cultivo perfecto para el crecimiento y desarrollo de canales como el nuestro. Además, tiene presencia en Movistar+, Euskaltel, R de Galicia y Vodafone.



Manuel Mateos, consejero delegado de Iberalia.

Desde que este canal empezó su emisión, la **programación de contenidos siempre ha sido la prioridad número 1**, realizando inversiones económicas para poder cumplir con la máxima de ofrecer gran calidad y variedad de contenidos de producción propia. Otro de los esfuerzos del canal es minimizar las repeticiones, ampliando el horario de programación, con contenidos frescos, lo que ha convertido la oferta de Iberalia TV en la más atractiva y fresca para los aficionados a la caza y la pesca.

Mediados ya el año, el equipo de Iberalia TV sigue avanzando en el plan de inversión trazado para este 2017, que tiene como objetivo la consolidación de su posicionamiento de liderazgo en audiencia y distribución de plataformas en España.

En la programación, la **producción propia de documentales** juega un papel fundamental, siendo el único canal temático que ofrece 5 estrenos semanales sobre la caza y la pesca. **Iberalia TV Expediciones** sigue ofreciendo a los espectadores la posibilidad de descubrir cómo se llevan a cabo estas aficiones en los cinco continentes. Este año, el equipo de grabación de Iberalia ya se ha desplazado a Argentina, Mauritania, Groenlandia y Cabo Verde, de donde se emitirán una serie de capítulos de la caza y la pesca de las especies más interesantes.

Además de la programación y los contenidos, si hay algo en lo que Iberalia TV destaca por encima de sus competidores, es **la fuerte inversión económica** que, hace mes a mes, **para dar a conocer su marca** y la **relación que tiene con el mundo de la caza y la pesca**.

Iberalia tiene **presencia en las principales revistas del sector** de la caza y la pesca como Trofeo, Cinegeticat, Sendas de caza, Armas Internacional y Hunting in the World, entre otras.

La **web oficial del canal**, completamente renovada, mantiene todas sus novedades e información de programación para que los aficionados puedan mantenerse al día de todo lo que ocurre.

Iberalia está muy activo en Facebook, Twitter, Youtube e Instagram, **redes sociales** cuyos perfiles pone a disposición de los aficionados para interactuar con el canal, participar en concursos y estar al día de todas las novedades del sector. Además, sigue trabajando para ofrecer descuentos, sorteos y regalos para sus abonados.

Las **ferias del sector son otra de sus prioridades**, siendo el patrocinador oficial de las ferias más importantes que se celebran en España, como ha sido el caso AOTEC.

Con este plan de comunicación y marketing, **Iberalia TV hace llegar todos los meses sus novedades en programación y contenidos a los aficionados** que asiduamente ven el canal y que le han hecho ser el líder en España y Europa entre los canales de la misma temática.

Manuel Mateos: 'Producir un canal temático te exige reinventarte día a día, con el objetivo de sorprender a los espectadores'

En una entrevista exclusiva concedida a Teleinforme, el consejero delegado de Iberalia, Manuel Mateos, nos cuenta las particularidades de un canal temático y las cuestiones relativas a las nuevas plataformas televisivas.

Teleinforme: ¿Qué supone para las compañías la existencia de grandes ferias como ACUTEL o AOTEC?

Manuel Mateos: Las ferias de ACUTEL y AOTEC son un punto de encuentro muy importante tanto para los cableoperadores locales como para las empresas relacionadas con este sector. A nosotros, como canal de TV, nos ofrece la oportunidad de pasar un par de días con nuestros clientes, enterarnos de las últimas novedades, y tomarle el pulso a este segmento de mercado tan importante para nosotros.

Iberalia es el único canal temático que ofrece 5 estrenos semanales sobre la caza y la pesca.

T.: ¿Qué cifras de usuarios maneáis en la actualidad?

M.M.: Para finales de año, Iberalia TV se estará emitiendo en todas las plataformas de TV de pago nacionales (Movistar+, Vodafone y Orange TV), en todas las regionales (Euskaltel, R de Galicia y Telecable de Asturias) y en la mayoría de las plataformas de cable local. Esto nos convierte en el canal dedicado al mundo de la caza y la pesca líder en audiencia y penetración que haya en España.

T.: ¿Estáis satisfechos con los resultados obtenidos formando parte de nuevas plataformas como TV Perseo?

M.M.: De momento es muy pronto para evaluar la aceptación que está teniendo esa plataforma en concreto. Lo que sí puedo afirmar es que la propuesta es muy buena, que tendrá éxito, y para nosotros ha sido muy importante que contaran con Iberalia TV para este proyecto.

T.: ¿Está previsto aumentar la oferta de Iberalia para que aún sea aún más completa?

M.M.: Desde que iniciamos la emisión del canal hace ya nueve años, el equipo de Iberalia TV no ha parado de invertir en su programación y contenidos. Somos el único canal, dentro de los dedicados a estas temáticas, que emite en Alta Definición, el único que tiene en su programación un 25% de documentales de producción propia, estrenos casi todos los días de la semana, etc. Ahora mismo, ya estamos inmersos en nuevas propuestas de contenidos y programación que pronto pondremos en marcha y que iremos desvelando en los próximos meses.

Para finales de año, estará emitiendo en todas las plataformas de TV de pago nacionales (Movistar+, Vodafone y Orange TV), en todas las regionales (Euskaltel, R y Telecable) y en la mayoría de las de cable local.

T.: ¿Cómo es dirigir un canal temático respecto de un canal generalista? ¿Afectan del mismo modo los índices de audiencia?

M.M.: Nunca he tenido la oportunidad de dirigir un canal generalista, pero lo que sí puedo decirte es que producir un canal temático te exige reinventarte día a día, con el objetivo de sorprender a los espectadores con nuevas ideas que giran sobre las mismas aficiones. La especialización es la clave del éxito de nuestro canal, es por ello que tenemos un departamento de contenidos que está constantemente investigando y poniendo en marcha nuevas propuestas para renovarse.

En cuanto a los índices de audiencia, son muy importante para nosotros. Seguimos estos datos mes a mes, con la idea de medir la efectividad de los cambios que hacemos en programación y del lanzamiento de las nuevas ideas.

T.: ¿Cuál es vuestra estrategia para fidelizar al público con una oferta temática tan concreta?

M.M.: Para nosotros sólo existe un camino, y es ofrecer el mejor canal dedicado a la caza y la pesca, y para ello realizamos una fuerte inversión en producir y renovar nuestros

contenidos. Así es como hemos conseguido ser los líderes del sector.