

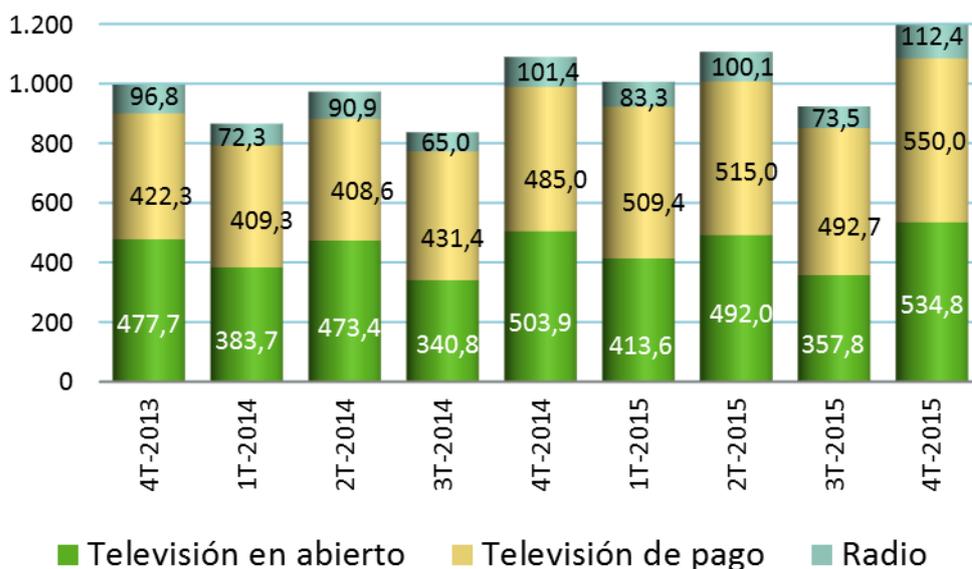
## NOTA DE PRENSA

### Los ingresos del sector audiovisual en España crecen un 12,4% en 2015 hasta 4.234 millones de euros

- La facturación del cuarto trimestre aumenta un 9,8% respecto al año anterior.
- Los dos grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, conjuntamente representaron el 85,4% de la inversión en publicidad en televisión.
- La televisión de pago sumó más de 5 millones y medio de abonados. Un 82% de ellos tenía contratado el servicio de TV de pago a través de ofertas empaquetadas.
- El consumo promedio de televisión fue de 4 horas y 3 minutos por persona y día, 36 minutos más que en el trimestre anterior.

**Madrid, 18 de mayo de 2016.** – La facturación del sector audiovisual ha vuelto a superar la barrera de los 1.000 millones de euros en el cuarto trimestre de 2015. Con un aumento interanual del 9,8%, los ingresos totales, sin contar subvenciones, ascendieron a 1.197 millones de euros. Esta cifra está condicionada por la estacionalidad, dado que el cuarto trimestre coincide con las campañas publicitarias de Navidad, que es el periodo del año con mayores ingresos. Así, los ingresos comerciales del sector audiovisual en 2015 sumaron 4.234 millones de euros (cifras trimestrales), un 12,4% más que en 2014, [según los datos disponibles en el portal CNMCData](#).

**Ingresos de los servicios audiovisuales IVT 2015 (millones de euros)**



**Fuente: CNMC**

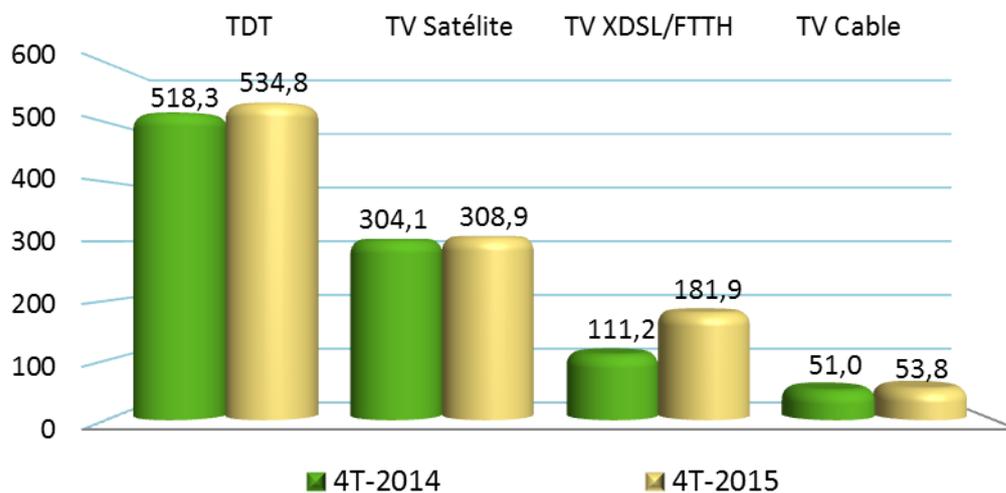
Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

La televisión en abierto obtuvo 535 millones de euros, la televisión de pago 550 millones y los servicios de radio 112 millones

### Ingresos de TV por tecnología

La TDT se hizo con casi la mitad de los ingresos con 535 millones. Mientras que la televisión por satélite se llevó 309 millones. Todas las tecnologías aumentaron sus ingresos respecto al año anterior, aunque la TV XDSL/FTTH fue la que más creció con un aumento interanual del 63%, logrando unos ingresos de 182 millones.

#### Ingresos de televisión por tecnología IVT 2015 (millones de euros)



Fuente: CNMC

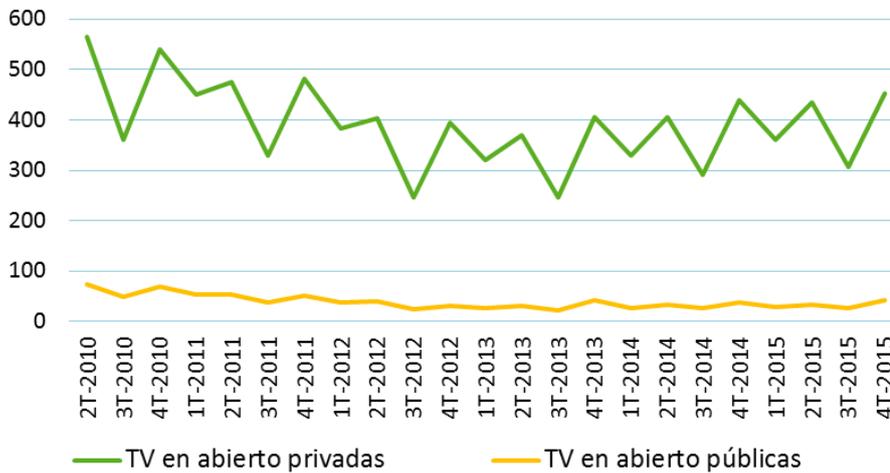
### Ingresos publicitarios

Los ingresos publicitarios, que incluyen publicidad convencional, patrocinios, televenta, telepromoción y emplazamiento de producto, sumaron un total de 617 millones de euros (112 millones de radio y 505 millones de televisión).

Los ingresos por publicidad para la televisión en abierto alcanzaron los 494 millones, de los cuales el 92% (453 millones) pertenecieron a las televisiones privadas. Las televisiones públicas, con una pérdida de peso en este sector desde que la Corporación de RTVE dejara de emitir anuncios, obtuvieron 42 millones de euros. La televisión de pago logró unos ingresos de 10 millones.

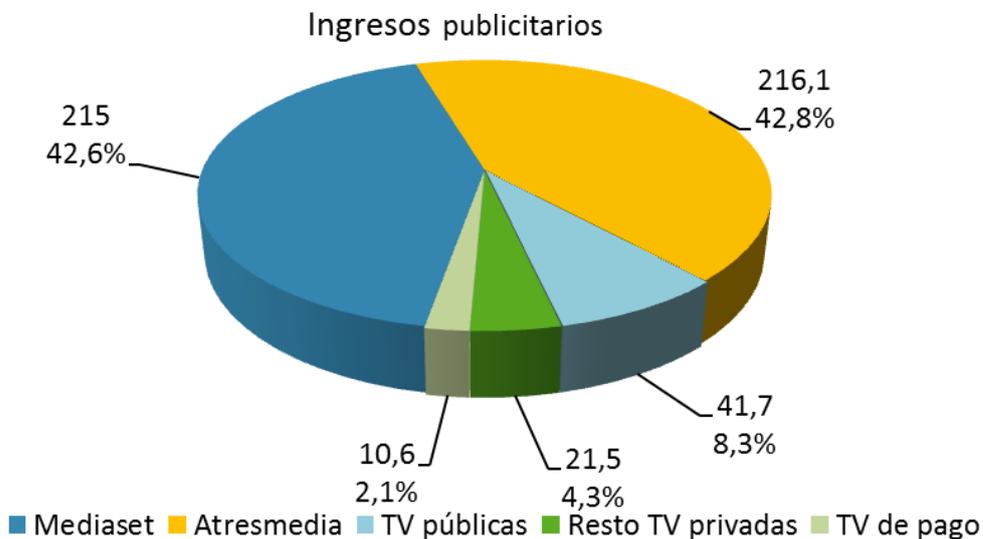
*Reproducción permitida solo si se cita la fuente.*

**Ingresos publicitarios IVT 2015 (millones de euros)**



Fuente: CNMC

**Ingresos publicitarios (millones de euros y porcentaje)**



Fuente: CNMC

Los dos grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, conjuntamente representaron el 85,4% de los ingresos de publicidad en televisión.

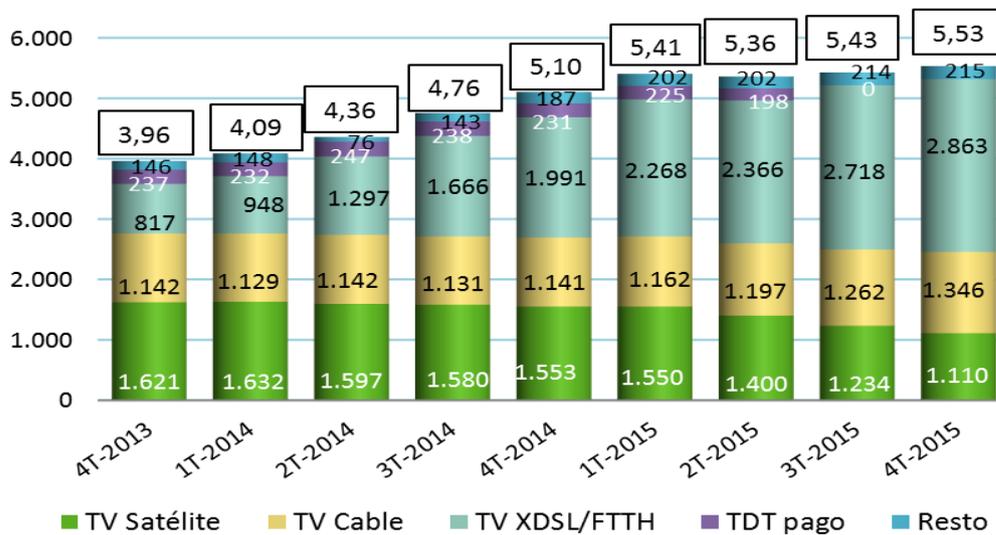
Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

## TV de pago

El total de abonados a la televisión de pago superó los 5 millones y medio, con un aumento de 106.000 abonados con respecto al trimestre anterior. El 82% de estos abonados tenían el servicio contratado bajo alguna modalidad empaquetada.

Los servicios de TV XDSL/FTTH y TV por cable crecieron en 145.000 y 83.000 abonados, respectivamente.

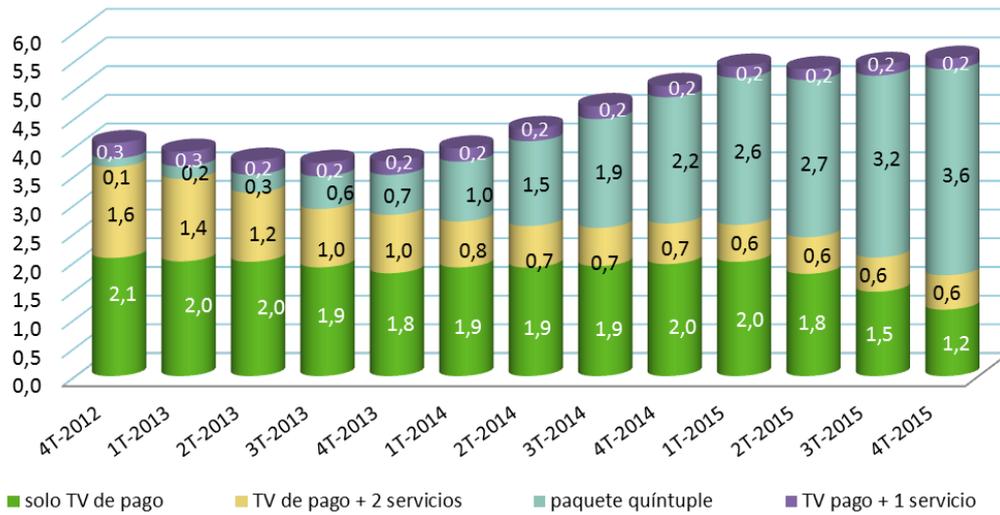
### Número de abonados (en miles) – IVT 2015



Fuente: CNMC

La modalidad de empaquetamiento con mayor crecimiento fue el paquete quíntuple, que contabilizó cerca de 423.000 altas netas nuevas en el cuarto trimestre y alcanzó un total de 3,6 millones de abonados.

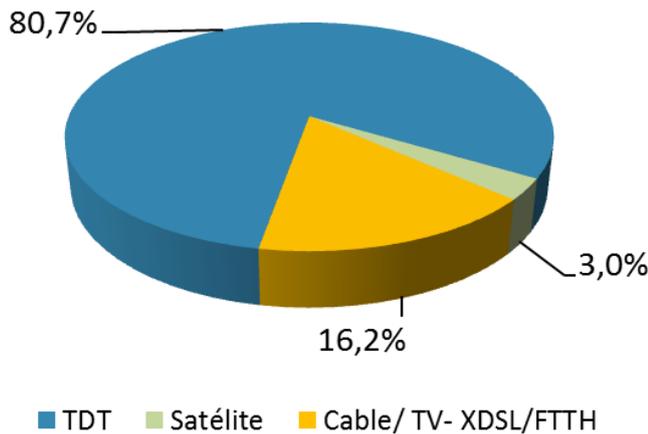
**Suscripciones (en millones)**



Fuente: CNMC

**Consumo de televisión**

Consumo de televisión (% de cuota por plataforma).



Fuente: Kantar Media

El consumo promedio de televisión durante el cuarto trimestre se situó en 243 minutos (4 horas y 3 minutos) por persona y día, 36 minutos más que en el trimestre anterior, aunque 4 minutos menos que en el cuarto trimestre de 2014.

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Por plataforma, el consumo de televisión, tanto en abierto como de pago, se repartió de la siguiente manera: 80,7% para la TDT, el 3% para la televisión por satélite y el 16,2% para las plataformas de cable y TV-XDSL/FTTH.

## Audiencias

Por grupos, Mediaset y Atresmedia se situaron en cabeza, obteniendo 30 y 28 puntos de la audiencia trimestral, respectivamente.

Por canales, los dos más vistos fueron los generalistas Telecinco y Antena 3, con una audiencia de 15% y 14% respectivamente.

### Audiencias TDT por canal y grupo (% de cuota)

<b>Mediaset</b>	<b>30,1</b>	<b>Grupo CRTVE</b>	<b>16,3</b>
Telecinco	14,9	La 1	10
Cuatro	6,7	La 2	2,5
FDF	3,2	Clan TV	2,3
Divinity	2,3	24H	0,9
Boing	1,5	Teledeporte	0,6
Energy	1,4	<b>G. Unidad Editorial (VEOTV)</b>	<b>4,3</b>
<b>Atresmedia</b>	<b>28,1</b>	13TV	2,3
Antena 3	13,9	Discovery Max	2,1
La Sexta	7,5	<b>Grupo Vocento (NET TV)</b>	<b>3,4</b>
Neox	2,5	Paramount Channel	2,1
Nova	2,3	Disney Channel	1,3
Mega	1,8	<b>Resto Televisiones</b>	<b>17,8</b>
Atreseries	0,1	<i>Nota: en "Resto" se incluyen TV Autonómicas, locales y de pago.</i>	

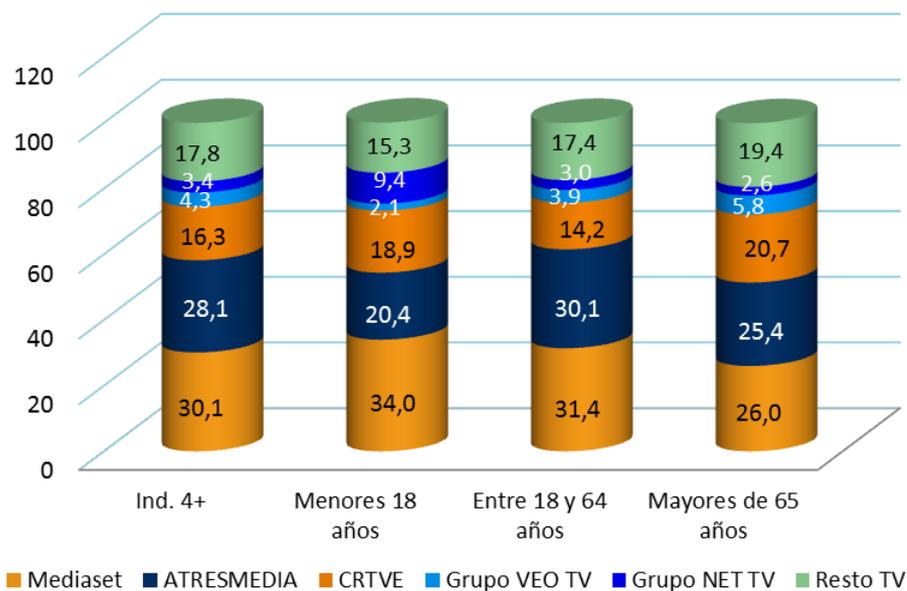
Fuente: Kantar Media

En edades comprendidas entre 18 y 64 años las opciones mayoritarias fueron Mediaset y Atresmedia con 31 y 30 puntos, respectivamente.

En el segmento de población mayor de 65 años las audiencias de los 3 grupos principales fueron: Mediaset (26), Atresmedia (25) y CRTVE (21).

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

**Audiencias TDT por edades (% de cuota sobre el target)**



**Fuente: Kantar Media**

[Más datos en CNMCData](#)