



NOTA TRIMESTRAL DEL SECTOR AUDIOVISUAL

2º TRIMESTRE 2014

ESTAD/SG/0027/14

Índice

Resumen e Instantánea trimestral	3
1. Ingresos totales del sector Audiovisual	4
2. Ingresos de televisión por tecnología.....	4
3. Ingresos publicitarios.....	5
4. Consumo y penetración de los servicios de televisión.....	6
5. Audiencias TDT por canal y grupo.....	6
6. Audiencias TDT por edades.....	7
7. Número de abonados.....	7
8. Suscripciones de TV de pago y empaquetamientos.....	8
Consideraciones sobre los datos	9

Resumen e Instantánea trimestral

La Nota Trimestral de la CNMC sobre servicios audiovisuales hace referencia a los principales datos económicos y de audiencias del Sector Audiovisual en España.

En referencia a los datos obtenidos durante el periodo, en el segundo trimestre de 2014, se observó que:

- Los ingresos totales, que ascendieron a 973 millones de euros sin incluir subvenciones, aumentaron un 3,2% respecto al segundo trimestre de 2013.
- Los ingresos por publicidad tuvieron un aumento interanual del 8,5%, siendo la partida más importante con 539,8 millones de euros.
- Los accesos a TV de pago, incluyendo los servicios de televisión móvil, experimentaron un aumento del 12% en tasa interanual, que se debió a las ofertas promocionales de los operadores. Destacó el aumento de abonados que suscribieron el servicio de TV de pago junto con servicios de telecomunicaciones en ofertas empaquetadas *quíntuple-play*.

Instantánea trimestral

2º Trimestre 2014	Ingresos
TV abierto	473,4
TV Pago	408,6
Radio	90,9

TV Pago:	Ingresos	Abonados
TV Satélite	285,1	1.597,3
TV sobre XDSL	58,2	1.296,6
TV Cable	47,2	1.141,6
TDT de pago	15,4	247,2
TV Móvil	1,5	49,0
Otros	1,2	26,7

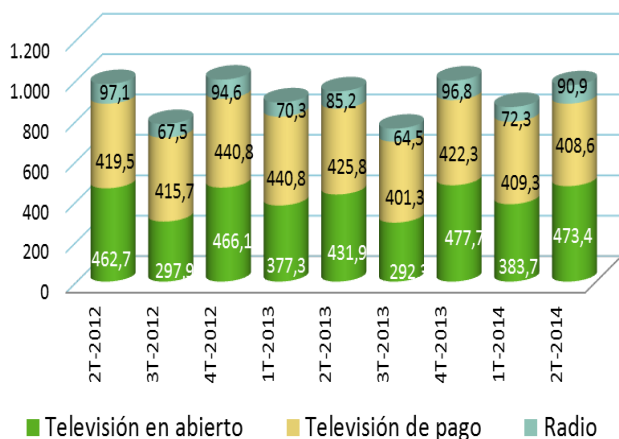
Audiencias TDT por grupos:	
Mediaset	31
Atresmedia	27,5
CRTVE	16,9
Grupo Unidad Editorial	3,9
Grupo Vocento	3,3
Resto Televisiones	17,4

% suscripciones de TV de pago empaquetadas con servicios de telecomunicaciones:	56%
---	-----

(Millones de euros, miles de abonados y porcentaje)

1. Ingresos totales del Sector Audiovisual

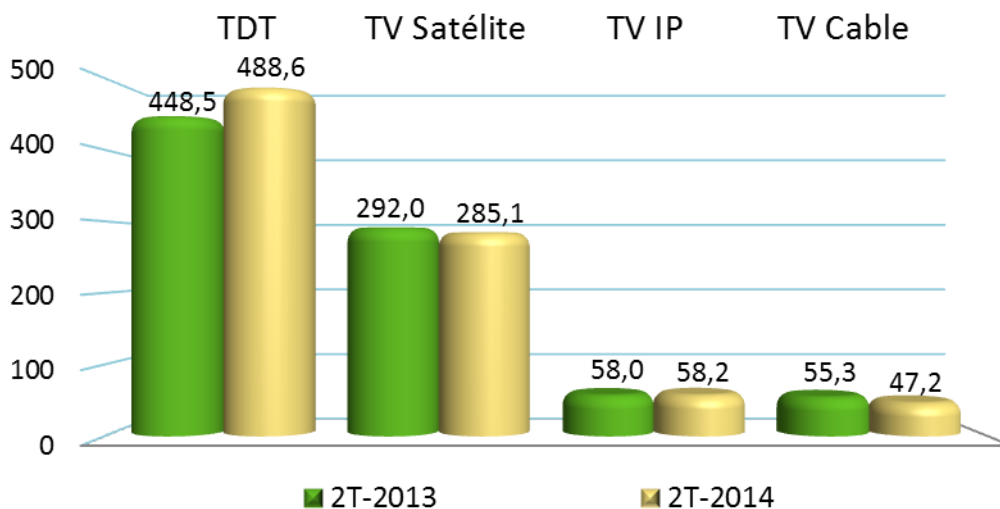
(Millones de euros)



- Con un aumento interanual del 3,2%, los ingresos totales ascendieron a 973 millones de euros (subvenciones no incluidas).
- La **televisión en abierto** obtuvo 473,4 millones de euros, la **televisión de pago** 408,6 millones y los servicios de **radio** 90,9 millones.
- En peso relativo, cada segmento representó una participación del 48,7%, del 42% y del 9,3%, respectivamente.

2. Ingresos de televisión por tecnología

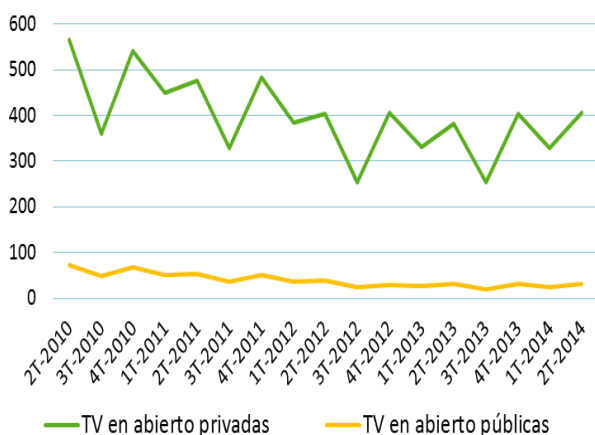
(Millones de euros)



- Por ingresos, los dos principales medios de transmisión fueron la televisión terrestre (488,6 millones de euros) y la televisión por satélite (285,1 millones).
- La televisión TDT registró un aumento interanual en su facturación del 8,9%, fundamentada en una mejora de la cifra de ingresos publicitarios percibidos.
- El mayor retroceso fue anotado por el servicio de televisión por cable con una disminución interanual del 14,6% en ingresos.

3. Ingresos publicitarios

(Millones de euros)



➤ Los ingresos publicitarios, que incluyen publicidad convencional, patrocinios, televenta, telepromoción y emplazamiento de producto, se cifraron en 539,8 millones de euros (90,9 millones de **radio** y 448,9 millones de **televisión**).

➤ Los de televisión se desglosaron en 10,8 millones de euros de televisión de **pago** y 438 de televisión en **abierto**.

➤ Dentro del segmento en abierto, las **televisiones privadas** obtuvieron 405,3 millones de euros, que representaron el 92,5%.

➤ Por su parte, el grupo de **TV públicas**, con una pérdida de peso específico en el sector desde que en 2010 la Corporación de RTVE dejara de emitir anuncios, obtuvo 32,7 millones de euros, el restante 7,5% de los ingresos publicitarios de la televisión en abierto.

➤ En total, los ingresos publicitarios de la televisión en abierto experimentaron un aumento interanual del 9,2% y los de la radio del 6,7%. Estos datos denotan una recuperación interanual en los ingresos por publicidad con respecto a las cifras obtenidas en el segundo trimestre del 2103.

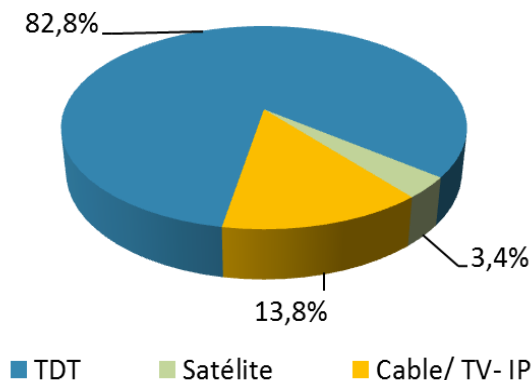
➤ Los dos principales grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, conjuntamente representaron el 87,5% de los ingresos de publicidad.

(Millones de euros y porcentaje)



4. Consumo y penetración de los servicios de televisión

(% de cuota por plataforma, mes de junio 2014)



- Por plataformas, el consumo de televisión, ya sea prestado en abierto o en régimen de pago, se repartió en un 82,8% para la TDT, el 3,4% para la televisión por satélite y el 13,8% para las plataformas de cable y TV-IP.
- El consumo promedio de televisión durante el segundo trimestre se situó en 237 minutos (3 horas y 57 minutos) por persona y día.

Fuente: Kantar Media

- La penetración de los servicios de televisión de pago, con un aumento de 2 puntos porcentuales con respecto al segundo trimestre de 21013, se situó en 10,1 abonados por cada 100 habitantes.

5. Audiencias TDT por canal y por grupo

(% de cuota, 2º trimestre)

Mediaset	31	Grupo CRTVE	16,9
Telecinco	15,1	La 1	10,2
Cuatro	6,8	La 2	2,7
FDF	3,4	Clan TV	2,3
Divinity	1,9	24H	1
Boing	1,7	Teleduarte	0,8
Energy	1,5	G. Unidad Editorial (VEOTV)	3,9
Nueve	0,4	Discovery Max	2
La Siete	0,3	13TV	1,6
Atresmedia	27,5	AXN (canal TDT de pago)	0,3
Antena 3	13,3	Grupo Vocento (NET TV)	3,3
La Sexta	7,1	Paramount Channel	1,8
Neox	2,7	Disney Channel	1,4
Nova	2,5	Resto Televisiones	17,4
Nitro	0,7	<i>Nota: en "Resto" se incluyen TV Autonómicas, locales y de pago.</i>	
Xplora	0,7		
La Sexta 3	0,6		

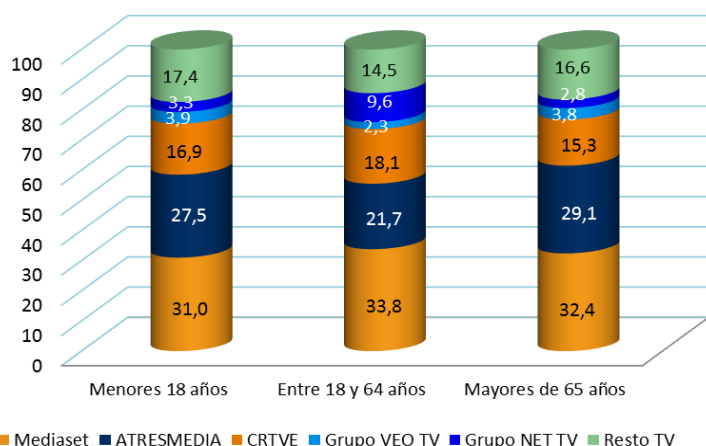
- Por canales de programación los dos canales más vistos durante el segundo trimestre del año fueron los canales generalistas Telecinco y Antena 3, con una audiencia media del 15,1% y del 13,3%, respectivamente.
- Por grupos, Mediaset y Atresmedia, obtuvieron 31 y 27,5 puntos de audiencia, respectivamente.

Fuente: Kantar Media

Nota: cada grupo incluye los canales que operan a través del ancho de banda con independencia de si se explotan directamente o si están arrendados a otro operador. Ocasionalmente, y debido al redondeo de decimales, podrían aparecer pequeñas diferencias entre la suma de las audiencias de los canales y la audiencia total del grupo.

6. Audiencias TDT por edades

(% de cuota sobre el target, 2º trimestre)



- En edades comprendidas entre 18 y 65 años las opciones mayoritarias fueron Mediaset y Atresmedia con 33,8 y 21,7 puntos, respectivamente.
- En el segmento de población mayor de 65 años las audiencias de los 3 grupos principales fueron: Mediaset (32,4), Atresmedia (29,1) y CRTVE (15,3).

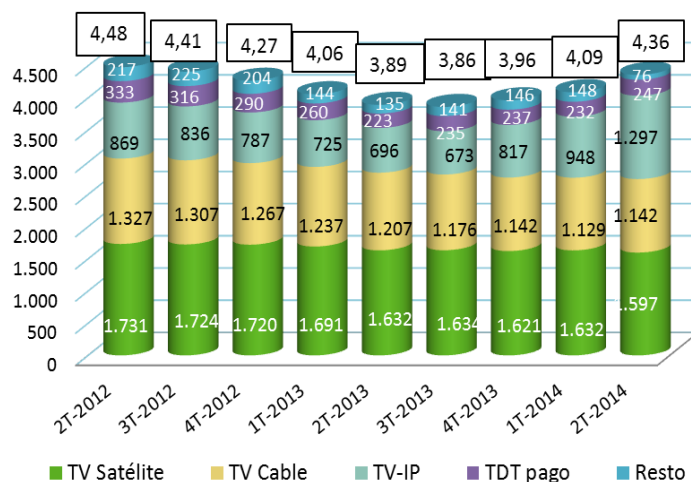
Fuente: Kantar Media

- La distribución de las audiencias por grupos de edad y escogiendo tan solo a los principales grupos de televisión en abierto reflejan que en el tramo de población de menos de 18 años, Mediaset fue el grupo con mayor éxito, con 31 puntos de audiencia media en el trimestre.

7. Número de abonados

- Más de la mitad de los abonados de televisión de pago, el 56%, tenían el servicio contratado bajo alguna modalidad empaquetada con otros servicios de telecomunicaciones.
- El número total de abonados a final de trimestre, incluyendo los abonados a TV móvil, se cifró en 4,36 millones, con un aumento de 270 mil abonados con respecto al trimestre anterior. El aumento de abonados viene ligado a ofertas comerciales que ofrecen el servicio de forma gratuita durante un periodo de tiempo determinado. Este tipo de ofertas fueron lanzadas por Movistar, el principal operador de TVIP, a finales de 2013.

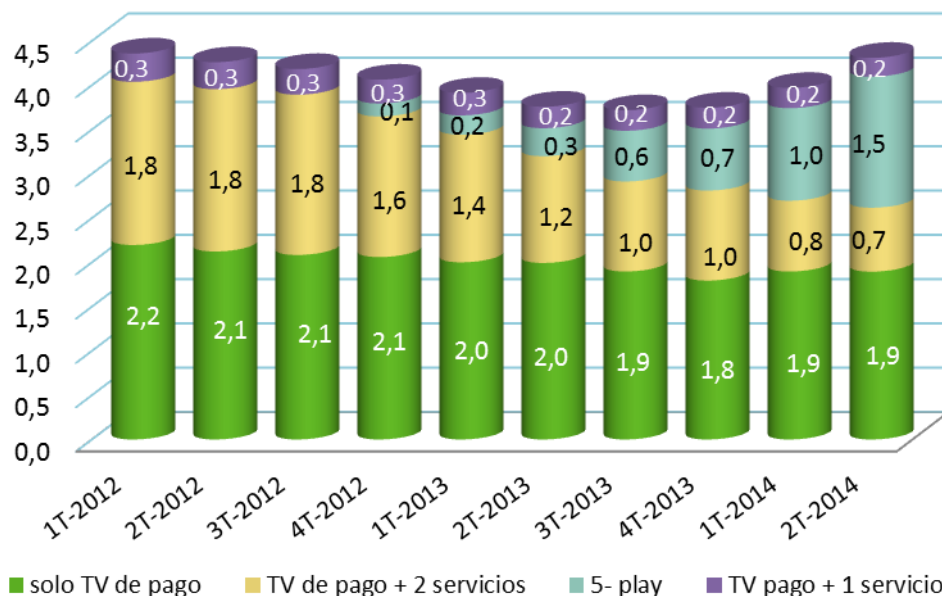
(Miles de abonados)



Nota: Otros incluye abonados a TV móvil y Web TV/TV on line.

8. Suscripciones de TV de pago y empaquetamientos

(Millones de suscripciones)



Nota: No se incluyen abonados a TV móvil.

- El número total de suscripciones de televisión de pago contratadas junto con otro servicio de telecomunicaciones ascendió a 2,4 millones.
- La modalidad de empaquetamiento más utilizada correspondió al **quíntuple play**, que combina la TV de pago con otros cuatro servicios que son: telefonía fija, telefonía móvil, banda ancha y banda ancha móvil.
- Este tipo de paquete, que combina los cuatro servicios anteriores con TV de pago en una sola factura, ha registrado importantes crecimientos desde que a finales de 2012 Movistar lanzara la oferta comercial *Fusión*. Desde finales de 2013 una nueva oferta del mismo operador, que incluye el servicio de TV de pago de forma gratuita por un periodo limitado de tiempo, ha propiciado notables aumentos en el número de suscriptores del servicio de TV de pago contratado a través de la combinación *quíntuple play*.
- Las ofertas de *quíntuple play* ascendieron a 1,48 millones de usuarios, con más de 434.000 nuevas contrataciones en el trimestre.

Consideraciones sobre los datos

- Para la elaboración de la Nota se emplean datos provisionales aportados por un conjunto de 36 operadores activos en el mercado. Si bien la amplitud de la muestra proporciona una representación muy significativa para detectar las tendencias, el total de ingresos y abonados y la penetración de los servicios, los datos de la Nota trimestral no tienen por qué coincidir con los datos publicados en el Informe Económico Sectorial anual debido a que el número de operadores requeridos con periodicidad trimestral es menor.
- Los datos recogidos en los informes trimestrales incluyen información relativa a 19 operadores de televisión en abierto, 11 operadores de televisión de pago y 16 operadores de radio. Los operadores de televisión en abierto y de radio coinciden en muchos casos debido a que los operadores públicos tienen actividad en ambos ámbitos.
- Para el cálculo de la penetración de los servicios de televisión de pago se han utilizado las cifras de población del INE basadas en el Censo de Población de 2011. El dato provisional a enero de 2014 ascendió a 46.507.760 habitantes.
- Ficha técnica correspondiente al gráfico del apartado 4 y a la tabla del apartado 5: España, ind4+ Universo(000):44444 Muestra:11640;
- Ficha técnica correspondiente al gráfico del apartado 6: España, ind-18 Universo(000):6524 Muestra:1729; ind.18-64 Universo(000):30056 Muestra:7954; ind.65+ Universo(000):7833 Muestra:1957
- Para más información, los datos del sector audiovisual se pueden consultar y descargar en el portal <http://data.cnmc.es>.

