

## NOTA DE PRENSA

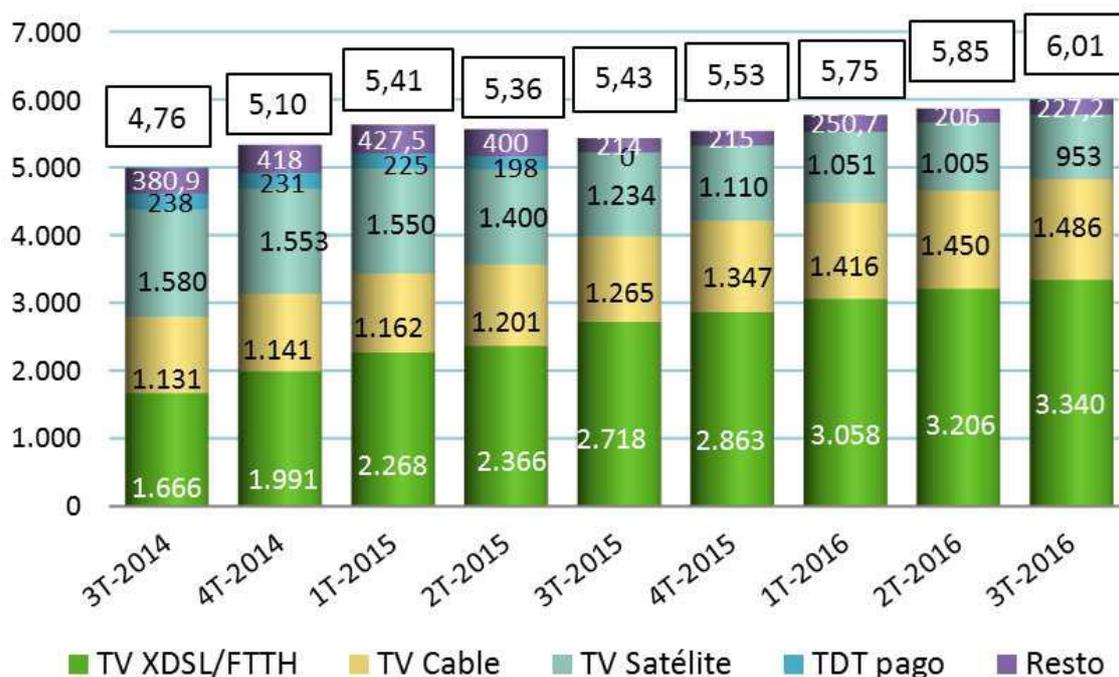
### La televisión de pago en España supera los 6 millones de abonados

- El 84,2% de los abonados a la televisión de pago tienen contratado alguna modalidad empaquetada
- Los ingresos de la TV IP aumentan más de un 50%

**Madrid, 27 de abril del 2017.-** El total de abonados a final del tercer trimestre de 2016 fue de algo más de 6 millones, 140.000 abonados más respecto al trimestre anterior, según los últimos datos disponibles en el [portal CNMCData](#).

Los servicios de TV IP (XDSL/FTTH) y de televisión por cable crecieron en 134.000 y 36.000 abonados, respectivamente.

NÚMERO DE ABONADOS (en miles)



Fuente: CNMC

Del total de los abonados, el 84,2% tenían el servicio contratado bajo alguna modalidad empaquetada, en concreto 5,06 millones, casi 190.000 más que en el trimestre anterior.

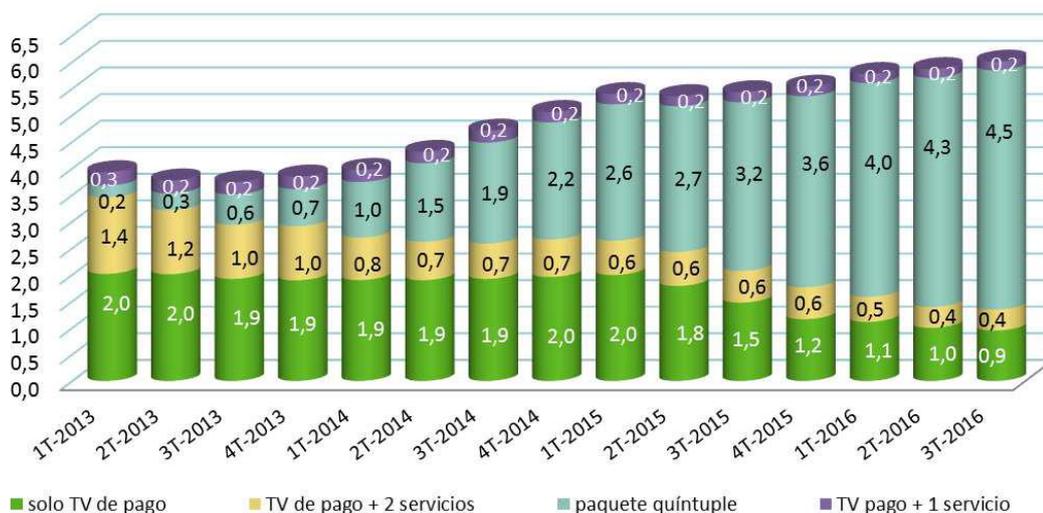
*Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC*

*El texto íntegro del informe se publica en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa*

*Reproducción permitida solo si se cita la fuente.*

El empaquetamiento con más crecimiento continuó siendo el paquete quíntuple (el que combina la TV de pago con los cuatro servicios de telecomunicaciones: telefonía fija, telefonía móvil, banda ancha fija y banda ancha móvil) que contabilizó más de 192.000 altas netas nuevas en el trimestre y alcanzó un total de 4,5 millones de abonados.

SUSCRIPCIONES A OFERTAS EMPAQUETADAS (en millones)



Fuente: CNCM

## Ingresos

La televisión de pago registró unos ingresos de 458,4 millones, mientras la televisión en abierto obtuvo 359,3 millones y los servicios de radio 76,1 millones.

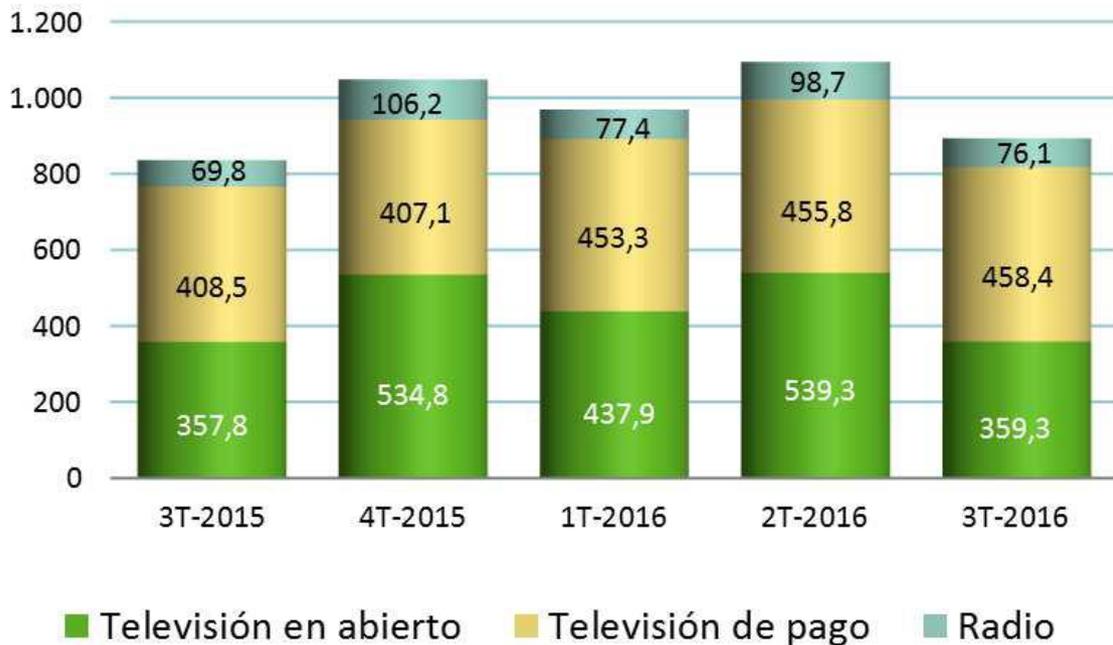
*Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC*

*El texto íntegro del informe se publica en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa*

*Reproducción permitida solo si se cita la fuente.*

Para más información: Tel.+34 91 787 22 04 <http://www.cnmc.es> Correo electrónico: <mailto:prensa@cnmc.es>

### INGRESOS AUDIOVISUALES (en millones de euros)



Fuente: CNMC

Por tecnología, la televisión IP (XDSL/FTTH) con un aumento del 55,8% en ingresos por abonados con respecto al tercer trimestre del año anterior y una facturación por abonados de 247,6 millones de euros, seguida de la televisión por satélite que, con unos ingresos por abonados de 140,6 millones, retrocedió el 23,3% con respecto al tercer trimestre de 2015.

Por su parte, la TV por cable y la TV online, registraron avances positivos del 5,3% la primera y del 15,3% la segunda.

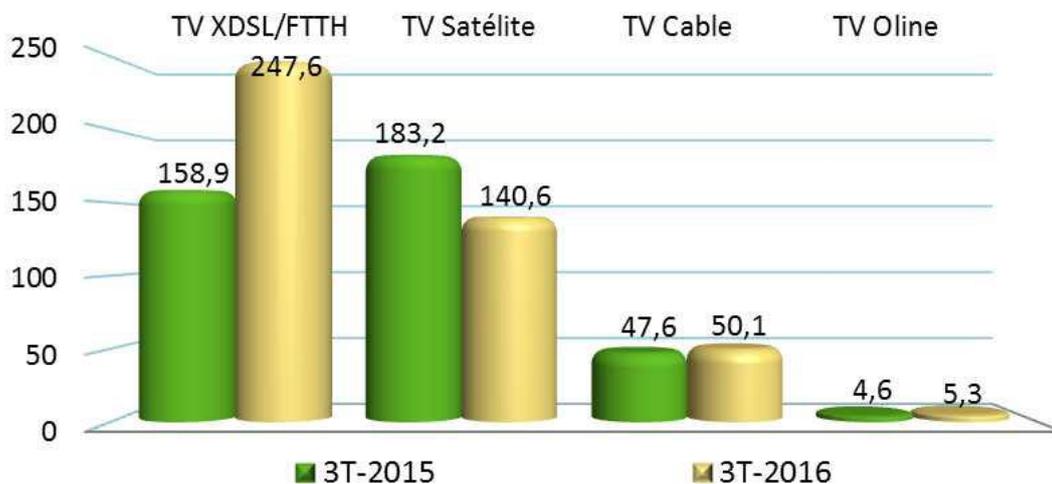
*Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC*

*El texto íntegro del informe se publica en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa*

*Reproducción permitida solo si se cita la fuente.*

Para más información: Tel.+34 91 787 22 04 <http://www.cnmc.es> Correo electrónico: <mailto:prensa@cnmc.es>

INGRESOS POR ABONADOS POR TECNOLOGÍA (en millones de euros)



Fuente: CNMC

Los ingresos publicitarios, que incluyen publicidad convencional, patrocinios, televenta, telepromoción y emplazamiento de producto, se cifraron en 414,4 millones de euros (76,1 millones de radio y 338,3 millones de televisión). En el caso de la televisión, 3,7 millones corresponden a la televisión de pago y 334,6 a la televisión en abierto.

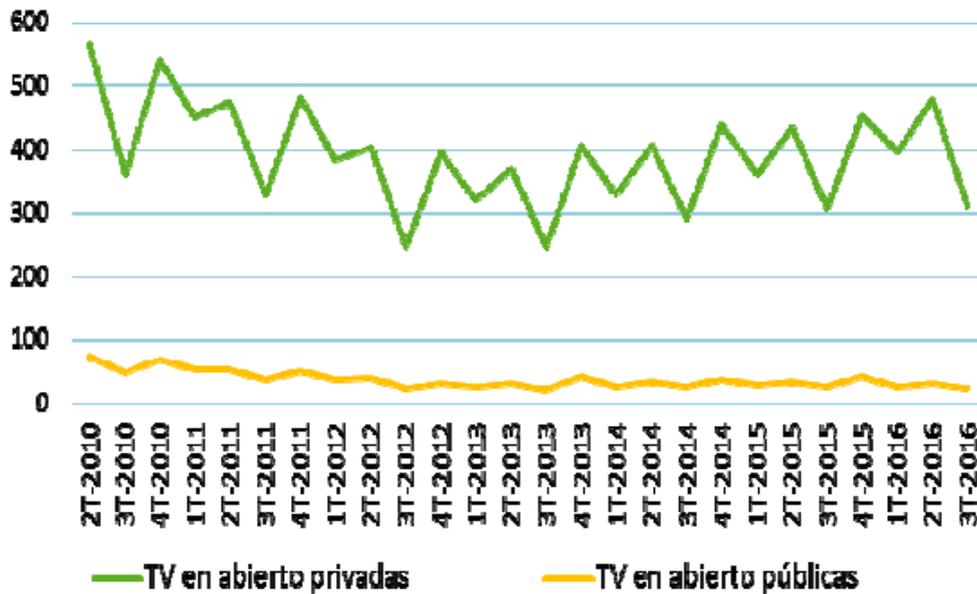
Dentro del segmento en abierto, las televisiones privadas obtuvieron 312 millones de euros, el 93,3% del total de la inversión publicitaria en televisión. El restante 6,7% corresponde a las televisiones públicas que han visto reducida su presencia en este segmento desde la desaparición de la publicidad en la Corporación RTVE.

*Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC*

*El texto íntegro del informe se publica en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa*

*Reproducción permitida solo si se cita la fuente.*

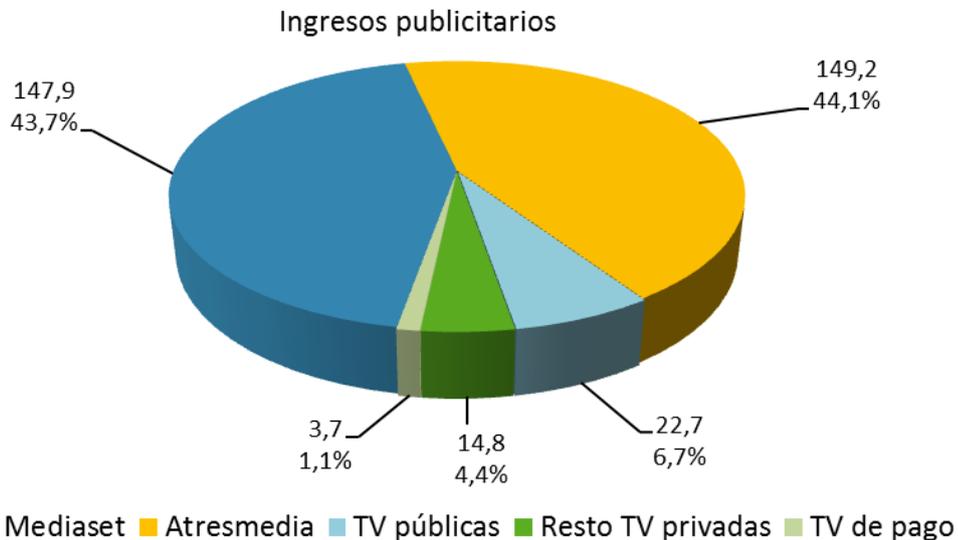
**INGRESOS PUBLICITARIOS (en millones de euros)**



Fuente: CNMC

Los dos principales grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, representaron el 87,8% de los ingresos de publicidad en televisión.

**INGRESOS PUBLICITARIOS POR GRUPO (en millones de euros y porcentaje)**



Fuente: CNMC

*Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC*

*El texto íntegro del informe se publica en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa*

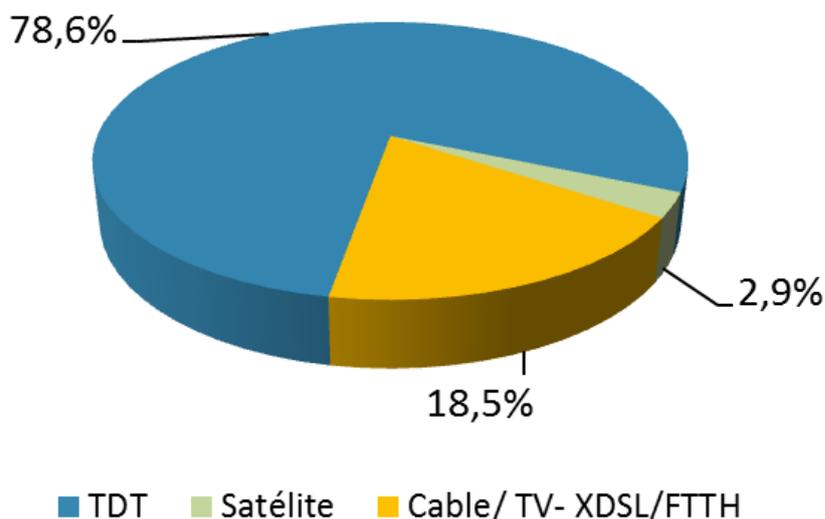
*Reproducción permitida solo si se cita la fuente.*

## Consumo

El consumo promedio de televisión durante el trimestre se situó en 202 minutos (3 horas y 22 minutos) por persona y día, disminuyendo el consumo con respecto al trimestre anterior debido los meses de verano. En relación con el trimestre anterior, este consumo significó un descenso de 29 minutos de visionado de televisión por espectador y día.

Por plataforma, el consumo de televisión, tanto en abierto como de pago, se repartió en un 78,6% para la TDT, el 2,9% para la televisión por satélite y el 18,5% para las plataformas de cable y TV-XDSL/FTTH.

CUOTA DE PANTALLA POR PLATAFORMA (en porcentaje)



Fuente: Kantar Media

Por grupos, Mediaset y Atresmedia se situaron como líderes, obteniendo 30,4 y 26 puntos de cuota de audiencia trimestral, respectivamente.

Los dos canales más vistos durante el trimestre continuaron siendo los canales generalistas Telecinco y Antena 3, con una cuota de audiencia del 13,7% y del 12,1%, respectivamente.

*Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC*

*El texto íntegro del informe se publica en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa*

*Reproducción permitida solo si se cita la fuente.*

**CUOTA DE PANTALLA POR CANAL Y GRUPO (en porcentaje)**

<b>Mediaset</b>	<b>30,4</b>	<b>Grupo CRTVE</b>	<b>17,6</b>
Telecinco	13,7	La 1	9,8
Cuatro	6,6	La 2	2,7
FDF	3,5	Clan TV	2,4
Divinity	2,5	Teleduarte	1,7
Energy	2	24H	1
Boing	1,5	<b>Grupo Vocento (NET TV)</b>	<b>3</b>
Be Mad	0,6	Paramount Channel	1,8
<b>Atresmedia</b>	<b>26</b>	Disney Channel	1,2
Antena 3	12,1	<b>G. Unidad Editorial (VEOTV)</b>	<b>1,9</b>
La Sexta	6,4	Discovery Max	1,9
Neox	2,6	<b>13 TV</b>	<b>1,9</b>
Nova	2,3	<b>DKISS</b>	<b>0,7</b>
Mega	1,8	<b>Ten</b>	<b>0,5</b>
Atreseries	0,8	<b>Real Madrid TV</b>	<b>0,2</b>
		<b>Resto Televisiones</b>	<b>17,3</b>
		<i>Nota: en "Resto" se incluyen TV Autonómicas, locales y de pago.</i>	

Fuente: Kantar Media

Mediaset y Atresmedia fueron, con 31,3 y 27,7 puntos respectivamente, las opciones mayoritarias en edades comprendidas entre 18 y 64 años.

En el segmento de población mayor de 65 años las audiencias de los 3 grupos principales fueron: Mediaset (27,4), Atresmedia (24,6) y CRTVE (21,1). Destaca la posición del canal 13TV, en cuarto lugar (en el gráfico está incluido en la categoría resto), con una cuota en este segmento de población de 4 puntos.

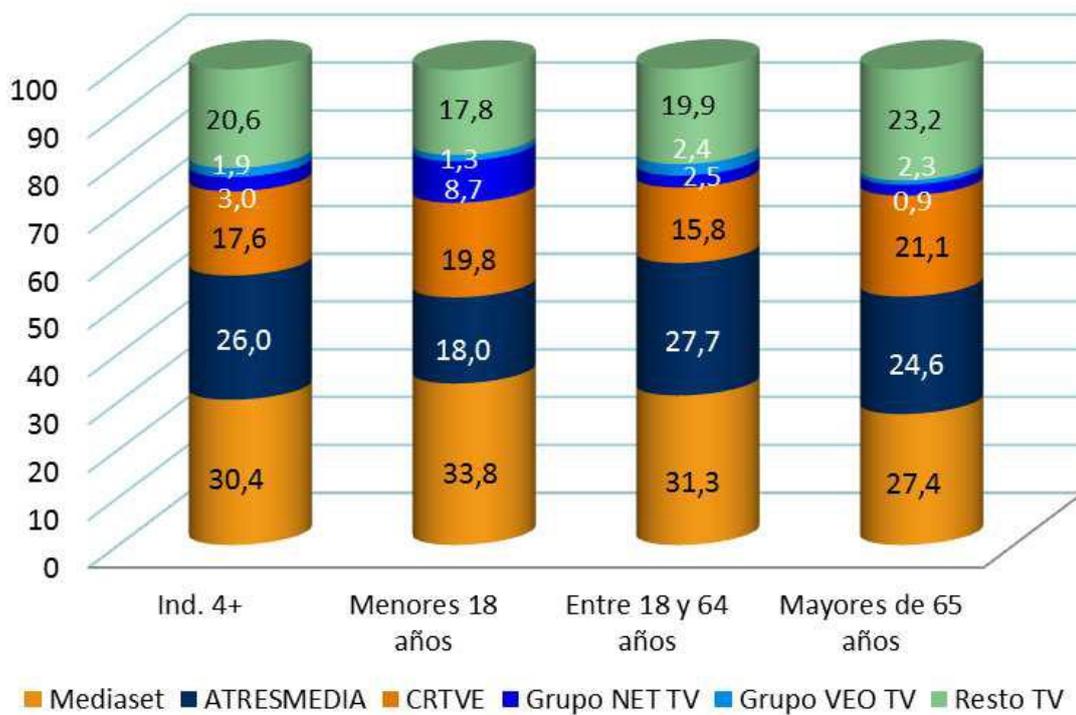
*Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC*

*El texto íntegro del informe se publica en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa*

*Reproducción permitida solo si se cita la fuente.*

Para más información: Tel.+34 91 787 22 04 <http://www.cnmc.es> Correo electrónico: <mailto:prensa@cnmc.es>

### CUOTA DE PANTALLA POR EDADES (porcentaje)



Fuente: Kantar Media

*Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC*

*El texto íntegro del informe se publica en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa*

*Reproducción permitida solo si se cita la fuente.*

Para más información: Tel.+34 91 787 22 04 <http://www.cnmc.es> Correo electrónico: <mailto:prensa@cnmc.es>