

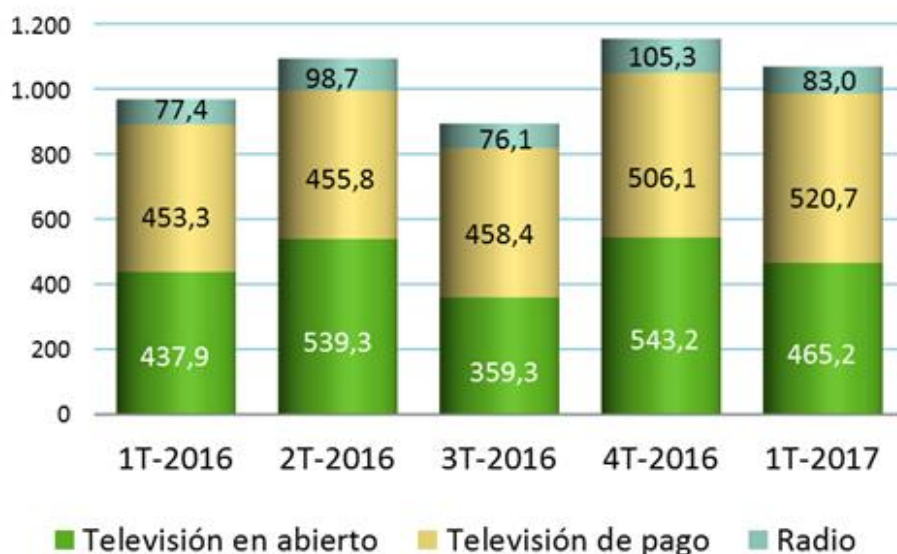
NOTA DE PRENSA

Los ingresos de la tele de pago en España crecieron un 15% en el primer trimestre de 2017

- El 86% de los abonados tenían contratada alguna modalidad empaquetada
- A final del primer trimestre de 2017 había 6,09 millones de abonados a TV de pago

Madrid, 27 de noviembre del 2017.- Los ingresos de la televisión de pago crecieron un 15% en el primer trimestre del año. La televisión en abierto obtuvo 465 millones de euros, mientras que la televisión de pago 520 millones de euros, según los últimos datos disponibles en el [portal CNMCData](#).

Ingresos de los servicios audiovisuales. (Millones de euros). Fuente: CNMC



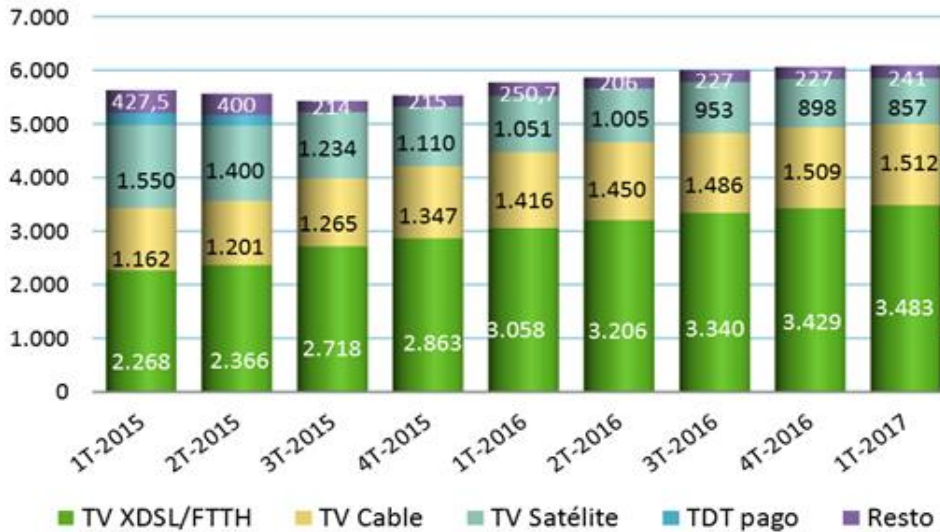
El total de abonados a final del primer trimestre de 2017 fue de algo más de 6 millones (6,09 millones), 31mil abonados más respecto al trimestre anterior.

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

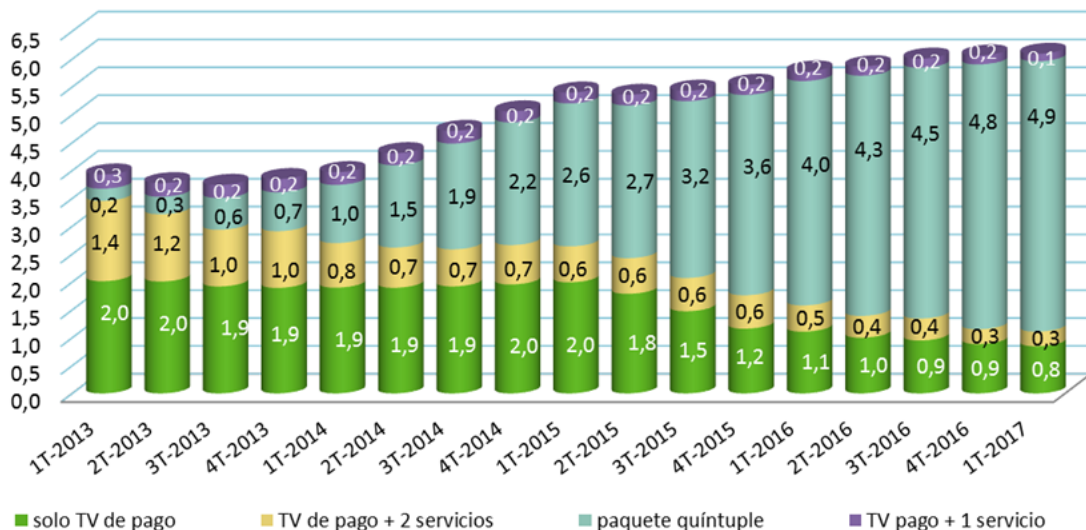
Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Número de abonados (en miles). Fuente: CNMC



El 86% de los abonados a televisión de pago tenían el servicio contratado bajo alguna modalidad empaquetada. El empaquetamiento con más crecimiento continuó siendo el paquete quintuple (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 99 mil altas netas nuevas en el trimestre y alcanzó un total de 4,9 millones de abonados.

Suscripciones a ofertas empaquetadas (en millones). Fuente: CNMC



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

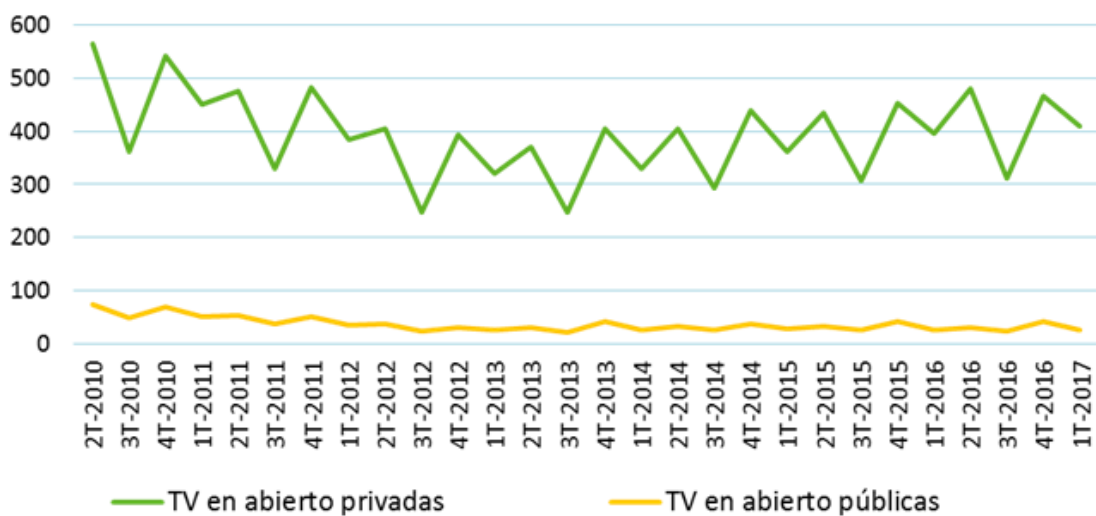
El texto íntegro del informe se publica en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Los ingresos publicitarios, que incluyen publicidad convencional, patrocinios, televenta, telepromoción y emplazamiento de producto, se cifraron en 526 millones de euros (83 millones de radio y 443 millones de televisión). En el caso de la televisión, 7,6 millones corresponden a la televisión de pago y 435 a la televisión en abierto.

Dentro del segmento en abierto, las televisiones privadas obtuvieron 410 millones de euros, el 92,5% del total de la inversión publicitaria en televisión.

Ingresos publicitarios. (Millones de euros) Fuente: CNMC



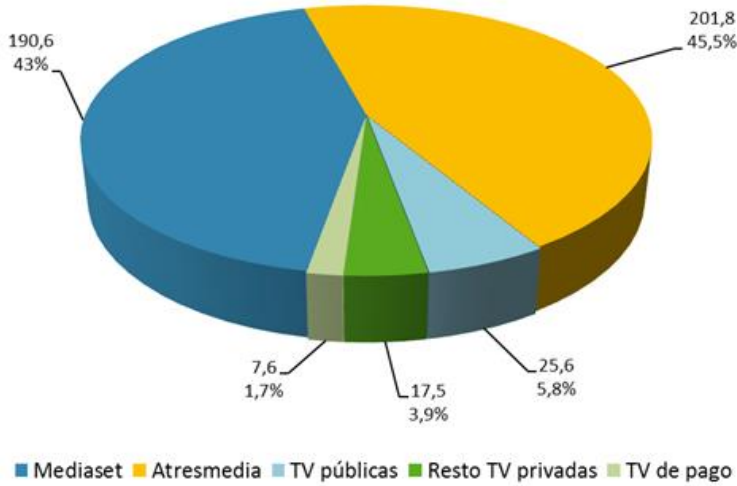
Los dos principales grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, representaron el 88,6% de los ingresos de publicidad en televisión.

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 por grupo (Millones de euros y porcentaje). Fuente: CNMC

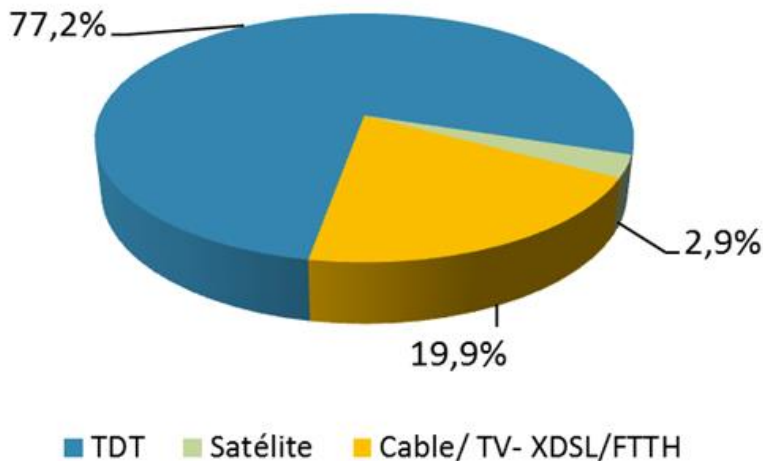


Consumo

El consumo promedio de televisión durante el trimestre se situó en 4 horas y 3 minutos por persona y día, prácticamente igual que en el trimestre anterior.

Por plataforma, el consumo de televisión, tanto en abierto como de pago, se repartió en un 77,2% para la TDT, el 2,9% para la televisión por satélite y el 19,9% para las plataformas de cable y TV-XDSL/FTTH.

Cuota de pantalla por plataforma (en 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.

Por grupos, Mediaset y Atresmedia se situaron como líderes, obteniendo 28,8 y 27,1 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 13,6% y del 13,3%, respectivamente.

Cuota de pantalla por canal y grupo (porcentaje). Fuente: Kantar Media

Mediaset	28,8	Grupo CRTVE	16,1
Telecinco	13,6	La 1	10,3
Cuatro	6,3	La 2	2,6
FDF	3	Clan TV	1,9
Divinity	2,2	24H	0,8
Energy	2	Teledeporte	0,6
Boing	1,3	Grupo Vocento (NET TV)	2,8
Be Mad	0,5	Paramount Channel	1,8
Atresmedia	27,1	Disney Channel	1
Antena 3	13,3	G. Unidad Editorial (VEOTV)	2,9
La Sexta	6,4	Discovery Max	1,8
Neox	2,4	GOL	1,1
Nova	2,2	13 TV	2
Mega	1,8	DKISS	0,8
Atreseries	0,9	Ten	0,4
		Real Madrid TV	0,3
		Resto Televisiones	18,7
		<i>Nota: en "Resto" se incluyen TV Autonómicas, locales y de pago.</i>	

[CNMCData](#)

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>