

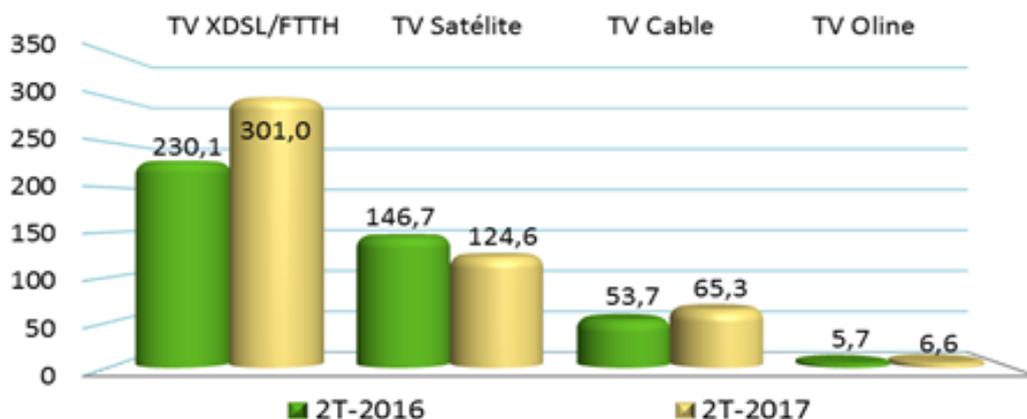
## NOTA DE PRENSA

### **Los ingresos por abonados de la tele de pago por Internet crecieron más de un 30% en el segundo trimestre de 2017**

- Casi 9 de cada 10 abonados a la tele de pago la tenían contratada de manera empaquetada con otros servicios
- A final del segundo trimestre de 2017 había 6,14 millones de abonados a TV de pago

**Madrid, 2 de febrero del 2018.-** Los ingresos de la televisión de pago en general crecieron casi un 15% en el segundo trimestre del año, aunque los ingresos por abonados en la tecnología de TV por Internet aumentaron un 30,8% con respecto al segundo trimestre del año anterior con una facturación por abonados de más de 300 millones de euros.

#### **Ingresos por abonados por tecnología. (Millones de euros). Fuente: CNMC**



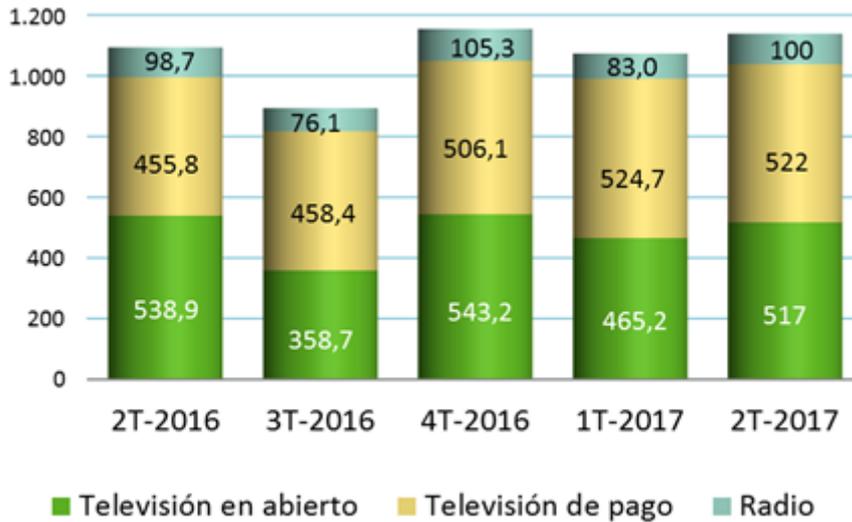
La televisión en abierto –con un retroceso en ingresos del 4,2%–, obtuvo una facturación de 517 millones de euros, mientras que la de pago alcanzó unos ingresos totales de 522 millones de euros, según los últimos datos disponibles en el [portal CNMCData](#).

*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*

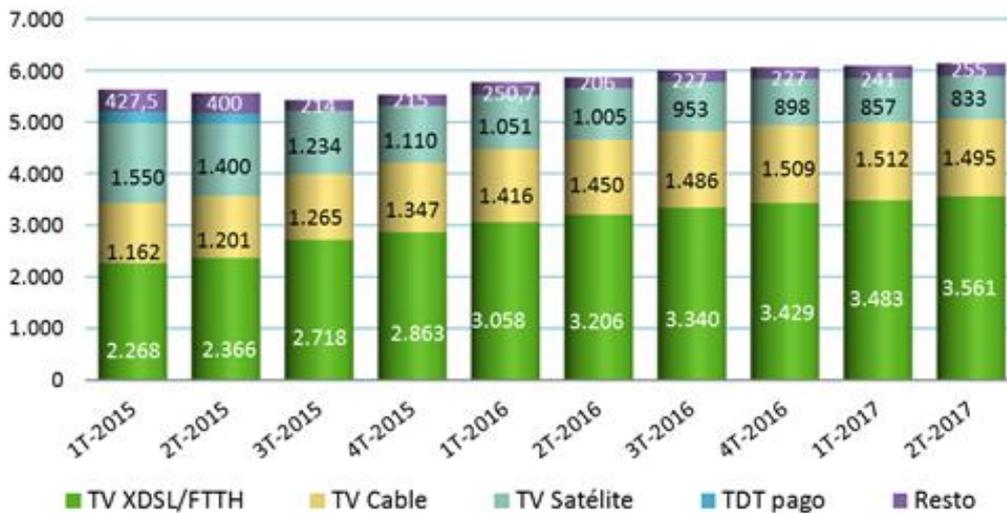
*Reproducción permitida solo si se cita la fuente.*

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



El total de abonados a final del segundo trimestre de 2017 fue de 6,14 millones 51mil abonados más respecto al trimestre anterior.

**Número de abonados (en miles). Fuente: CNMC**



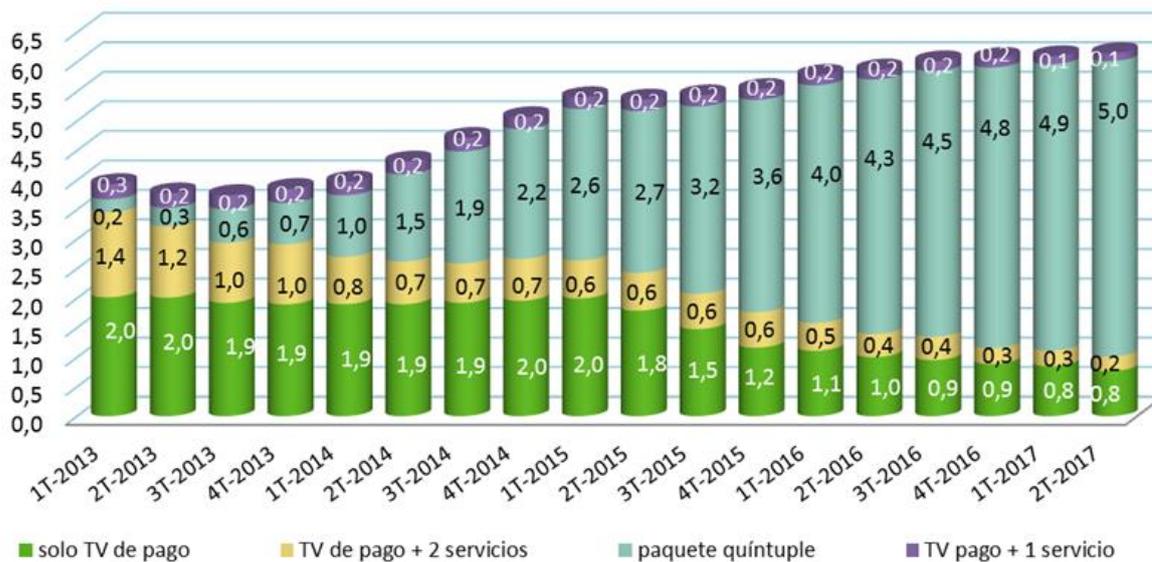
Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

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.

El 87% 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 150 mil altas netas nuevas en el trimestre y superó la cifra de los millones de abonados.

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



Los ingresos publicitarios, que incluyen publicidad convencional, patrocinios, televenta, telepromoción y emplazamiento de producto, se cifraron en 599 millones de euros (99 millones de radio y 499 millones de televisión). En el caso de la televisión, 12 millones corresponden a la televisión de pago y 487 a la televisión en abierto.

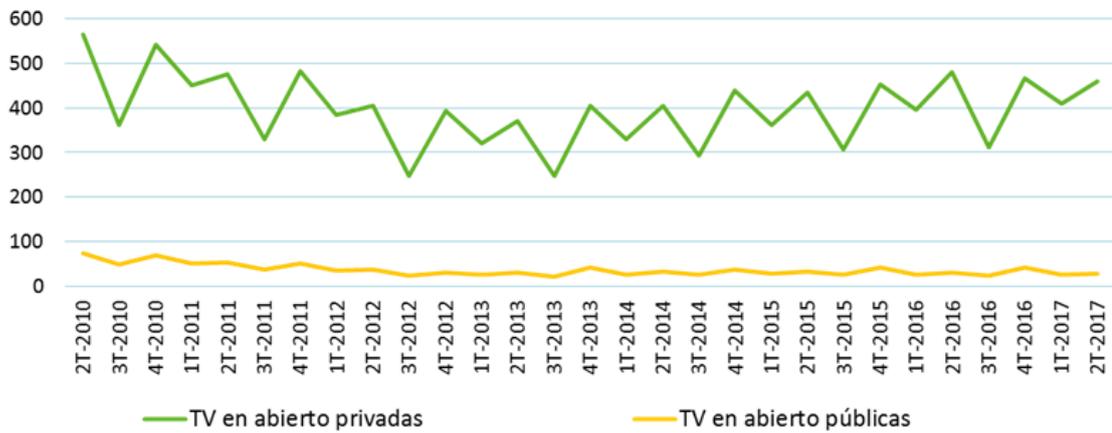
Dentro del segmento en abierto, las televisiones privadas obtuvieron 459 millones de euros, el 94% del total de la inversión publicitaria en televisión.

*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*

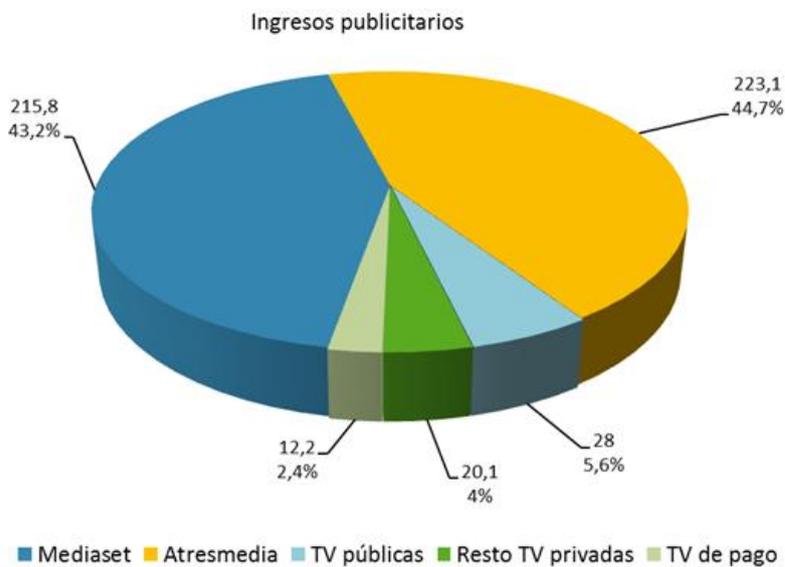
*Reproducción permitida solo si se cita la fuente.*

**Ingresos publicitarios. (Millones de euros) Fuente: CNMC**



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

**Ingresos publicitarios por grupo (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*

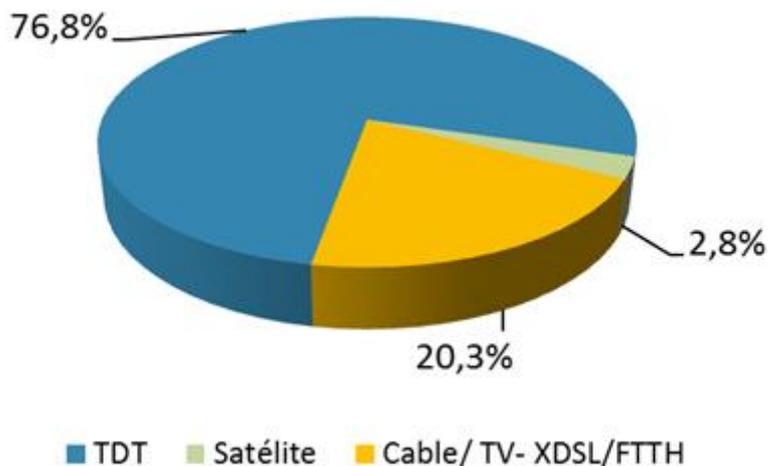
*Reproducción permitida solo si se cita la fuente.*

## Consumo

El consumo promedio de televisión durante el trimestre se situó en 3 horas y 42 minutos por persona y día. Estos datos reflejan una importante disminución (21 minutos menos) en el visionado de televisión con respecto al trimestre anterior.

Por plataforma, el consumo de televisión, tanto en abierto como de pago, se repartió en un 76,8% para la TDT, el 2,8% para la televisión por satélite y el 20,3% 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 29,7 y 26,2 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 14,1% y del 12,4%, 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 (porcentaje). Fuente: Kantar Media**

|                   |             |
|-------------------|-------------|
| <b>Mediaset</b>   | <b>29,7</b> |
| Telecinco         | 14,1        |
| Cuatro            | 6,2         |
| FDF               | 3           |
| Divinity          | 2,3         |
| Energy            | 2,1         |
| Boing             | 1,4         |
| Be Mad            | 0,6         |
| <b>Atresmedia</b> | <b>26,2</b> |
| Antena 3          | 12,4        |
| La Sexta          | 6,4         |
| Neox              | 2,5         |
| Nova              | 2,1         |
| Mega              | 1,8         |
| Atreseries        | 1,1         |

|  |             |
|--|-------------|
| <b>Grupo CRTVE</b>   | <b>16,2</b> |
| La 1   | 10,2        |
| La 2   | 2,5         |
| Clan TV  | 1,8         |
| 24H  | 0,9         |
| Teledporte   | 0,7         |
| <b>Grupo Vocento (NET TV)</b>  | <b>3,1</b>  |
| Paramount Channel  | 2           |
| Disney Channel   | 1,1         |
| <b>G. Unidad Editorial (VEOTV)</b>                                     | <b>2,7</b>  |
| Discovery Max  | 1,7         |
| GOL  | 1           |
| <b>13 TV</b>   | <b>2</b>    |
| <b>DKISS</b>   | <b>0,9</b>  |
| <b>Ten</b>   | <b>0,3</b>  |
| <b>Real Madrid TV</b>  | <b>0,5</b>  |
| <b>Resto Televisiones</b>  | <b>18,3</b> |
| <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.*