

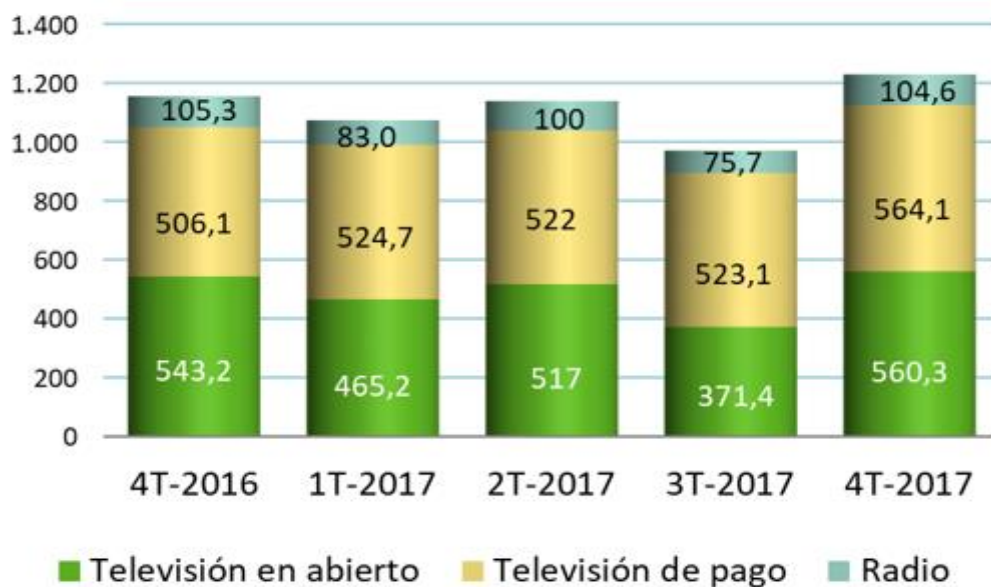
NOTA DE PRENSA

Los ingresos de la televisión de pago en España crecieron un 14% en 2017

- 5,5 millones de abonados a la televisión de pago la tenían contratada de manera empaquetada con telefonía fija, telefonía móvil, banda ancha fija y banda ancha móvil, un millón más que el año anterior.

Madrid, 14 de mayo del 2018.- Los ingresos de la televisión de pago crecieron un 14% en 2017. La televisión de pago obtuvo 564 millones de euros y la televisión en abierto 560 millones de euros en el cuarto trimestre de 2017, según los últimos datos disponibles en el [portal CNMCDatos](http://portal.cnmcdatos.es). Tradicionalmente, este cuarto trimestre es el de mayores ingresos del año ya que coincide con las campañas de Navidad.

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



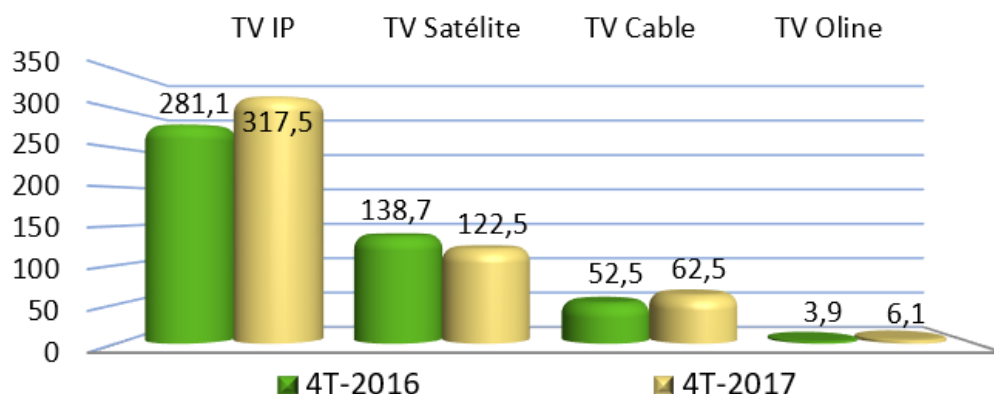
Por tecnología, la televisión IP (XDSL/FTTH) registró un aumento del 13% en ingresos por abonados con respecto al cuarto trimestre del año anterior, con una facturación de 317 millones de euros.

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

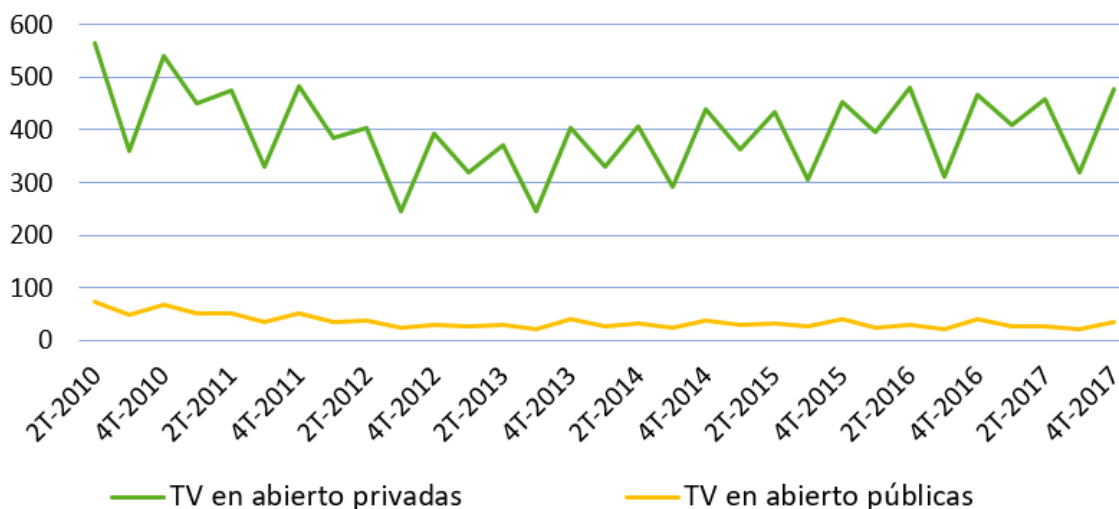
Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

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



Los ingresos publicitarios, que incluyen publicidad convencional, patrocinios, televenta, telepromoción y emplazamiento de producto, sumaron 641 millones de euros (104 millones de radio y 537 millones de televisión). En el caso de la televisión, 24 millones corresponden a la televisión de pago y 513 a la televisión en abierto. Dentro del segmento en abierto, las televisiones privadas obtuvieron el 95% del total de la inversión publicitaria en televisión.

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



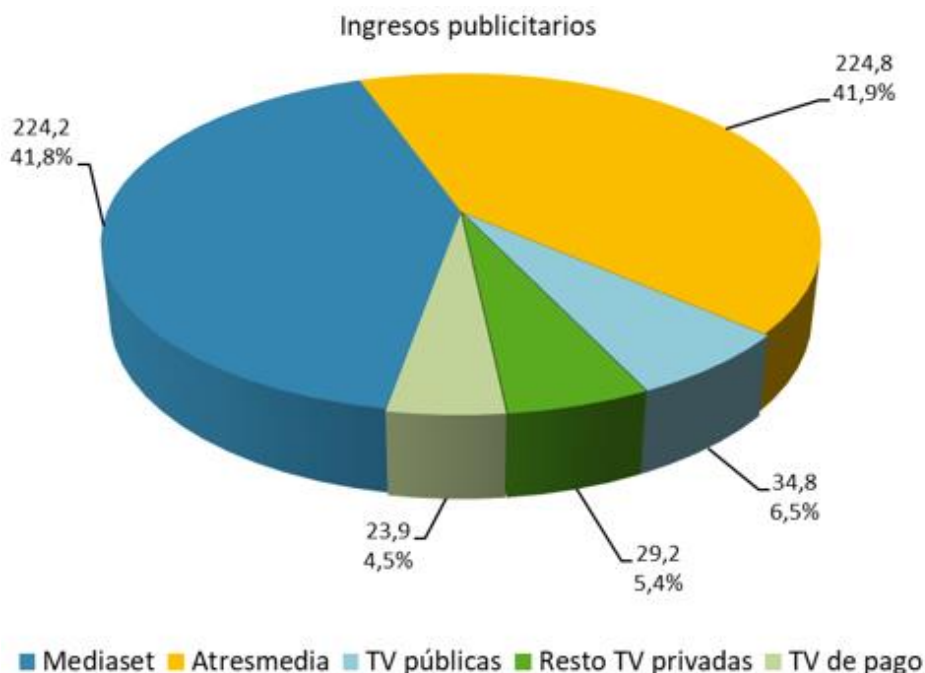
Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

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 dos principales grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, representaron el 83% de los ingresos de publicidad en televisión.

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



Abonados

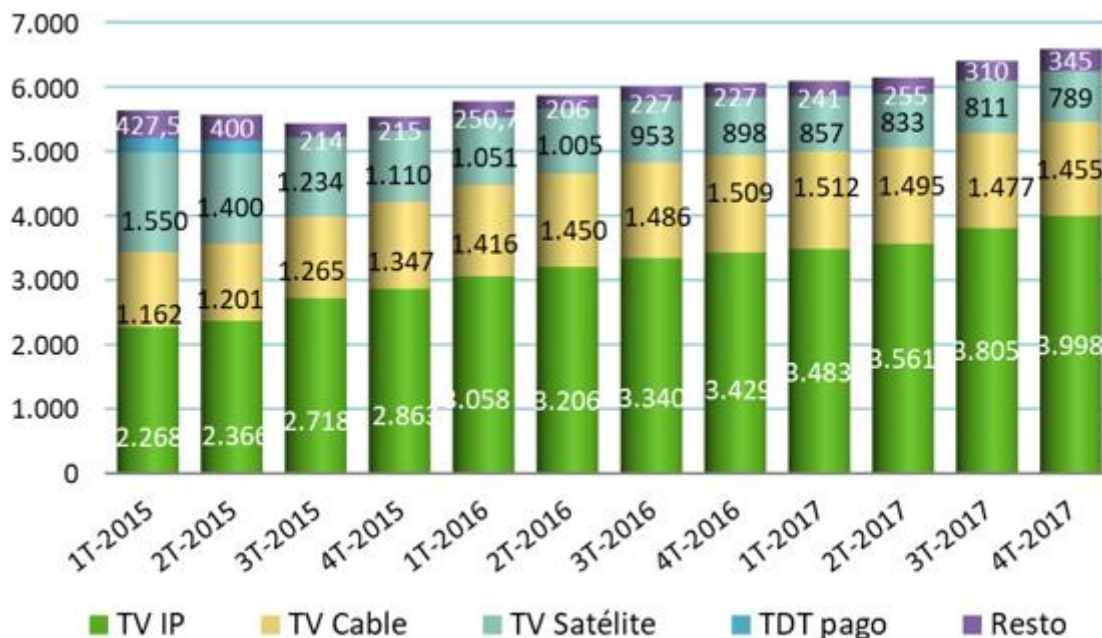
El total de abonados a final del cuarto trimestre de 2017 fue de 6,59 millones, con un aumento de 183 mil abonados con respecto al trimestre anterior. Los servicios de TV IP y TV online crecieron en 193 mil y 35 mil abonados, respectivamente. Hay que recordar que en el apartado de la TV online solo se incluyen datos de operadores con sede en España y no incluye datos de HBO, Netflix y Amazon Prime Video, cuyos servicios dependen de sedes ubicadas en el extranjero.

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



Casi 9 de cada 10 abonados a la televisión de pago tenían el servicio contratado bajo alguna modalidad empaquetada; en concreto 5,85 millones, casi 190.000 más que en el trimestre anterior.

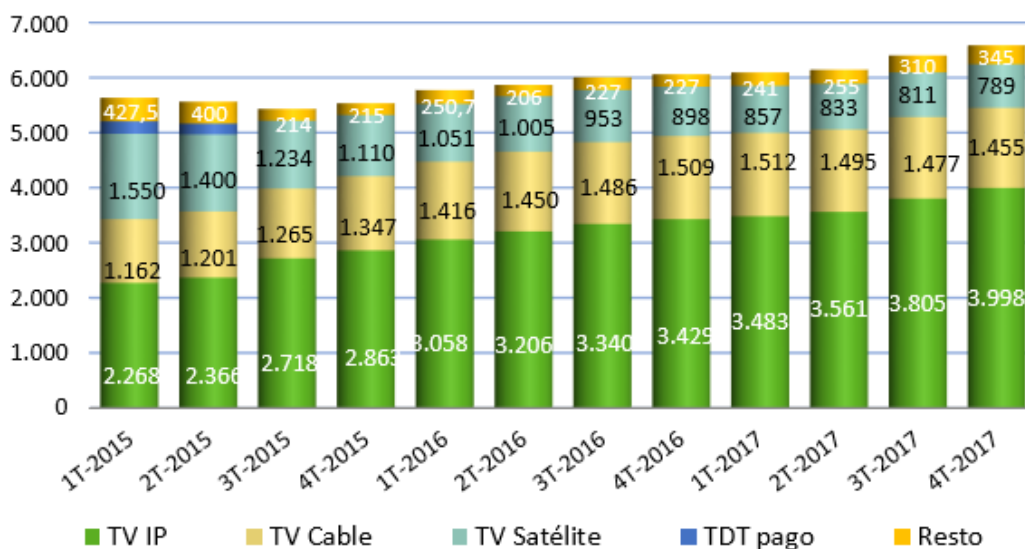
El empaquetamiento con más crecimiento continuó siendo el paquete quíntuple (el que combina la TV de pago con los cuatro servicios de telecomunicaciones: telefonía fija, telefonía móvil, banda ancha fija y banda ancha móvil) que alcanzó un total de 5,5 millones de abonados, un millón más que el año anterior.

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.

Suscripciones a ofertas empaquetadas (en millones) Fuente: CNMC



Consumo

El consumo promedio de televisión durante el trimestre se situó en 3 horas y 53 minutos por persona y día (un total de 233 minutos). Estos datos reflejan un aumento de 33 minutos en el visionado de televisión por espectador y día, con respecto al trimestre anterior que coincidió con los meses de verano, y por tanto fueron de consumo excepcionalmente bajo.

Por plataforma, el consumo de televisión, tanto en abierto como de pago, se repartió en un 77% para la TDT, el 2,9% para la televisión por satélite y el 20% para las plataformas de TV cable y TV IP.

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 27,5 y 27,2 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 12,5% y del 11,9%, respectivamente.

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

Mediaset	27,5	Grupo CRTVE	17,1
Telecinco	12,5	La 1	10,9
Cuatro	6	La 2	2,5
FDF	3,2	Clan TV	1,9
Divinity	2,1	24H	1,3
Energy	1,9	Teledeporte	0,5
Boing	1,3	Grupo Vocento (NET TV)	3,1
Be Mad	0,6	Paramount Channel	1,9
Atresmedia	27,2	Disney Channel	1,3
Antena 3	11,9	G. Unidad Editorial (VEOTV)	2,5
La Sexta	7,8	Discovery Max	1,6
Neox	2,5	GOL	0,9
Nova	2,2	13 TV	2,2
Mega	1,6	DKISS	0,8
Atreseries	1,2	Ten	0,3
		Real Madrid TV	0,3
		Resto Televisiones	18,8
		Nota: en "Resto" se incluyen TV Autonómicas, locales y de pago.	

Por edades, entre 18 y 64 años, hubo un empate en la opción mayoritaria, siendo los dos canales más vistos Mediaset y Atresmedia con 28,8 puntos.

En el segmento de población mayor de 65 años, las audiencias de los 3 grupos principales fueron: Mediaset (24 puntos), Atresmedia (26 puntos) y CRTVE (22,4). En cuarto lugar destacó el canal 13TV (4,3 puntos).

[Más datos en 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.