

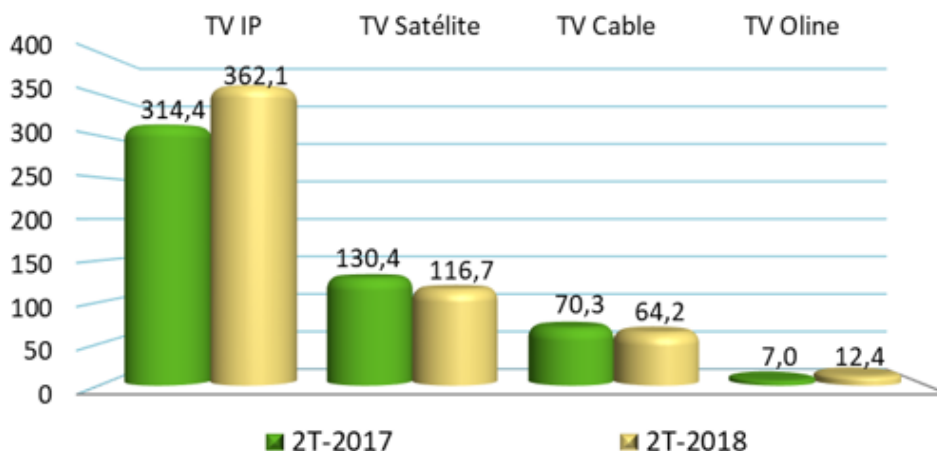
NOTA DE PRENSA

Los ingresos de la tele de pago por fibra/xDSL crecieron más de un 15% en el segundo trimestre de 2018

- 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 2018 había 6,64 millones de abonados a TV de pago
- El porcentaje de consumo de la TDT es el dato histórico más bajo debido a las suscripciones a la televisión de pago en España

Madrid, 16 de enero del 2019.- Los ingresos de la televisión de pago por fibra/xDSL (TV IP) crecieron algo más de un 15% en el segundo trimestre del año, alcanzando los 362 millones de euros.

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



La televisión en abierto, con un aumento del 0,8%, obtuvo una facturación de 506 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

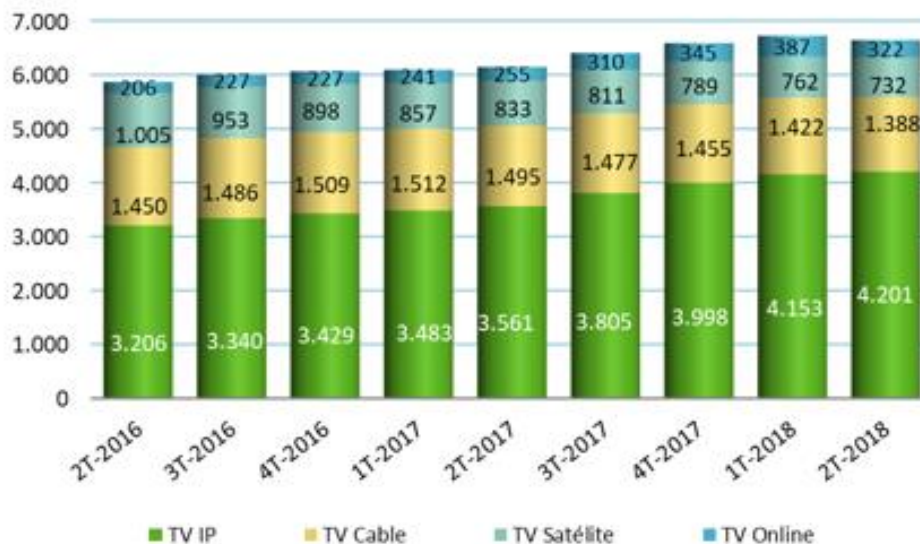
Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

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



El número total de abonados a la tele de pago a final de trimestre fue de 6,64 millones, con una disminución de 80 mil abonados con respecto al trimestre anterior, relacionada con el fin de la temporada de fútbol.

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

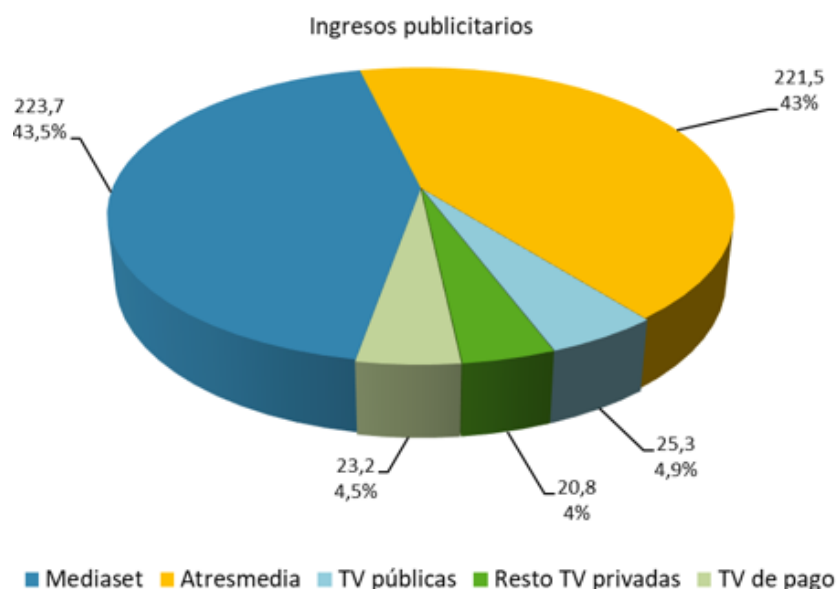
Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Casi el 90% de los abonados a televisión de pago tenían el servicio contratado bajo alguna modalidad empaquetada.

Los ingresos publicitarios, que incluyen publicidad convencional, patrocinios, teletienda, telepromoción y emplazamiento de producto, sumaron 623 millones de euros (108 millones de radio y 515 millones de televisión).

Del total de ingresos publicitarios en televisión, las televisiones de pago captaron el 4,5% y la televisión en abierto el 95,5%. Los dos principales grupos, Mediaset y Atresmedia, representaron el 86,5% del total de los ingresos publicitarios de televisión.

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



Consumo

El consumo promedio de televisión durante el trimestre se situó en 3 horas y 40 minutos por persona y día. Estos datos reflejan una importante disminución (20 minutos menos) en el visionado de televisión con respecto al trimestre anterior.

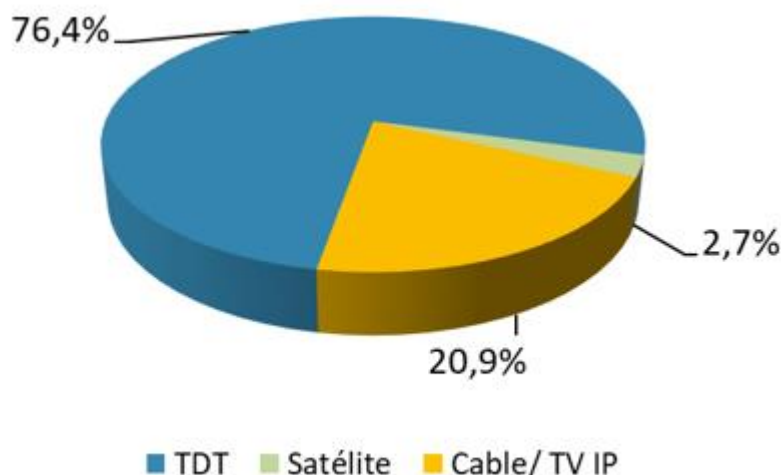
Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

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.

Por plataforma, el consumo de televisión, tanto en abierto como de pago, se repartió en un 76,4% para la TDT, el 2,7% para la televisión por satélite y el 20,9% para las plataformas de TV cable y TV IP. Con respecto a la TDT, el porcentaje de consumo es el dato histórico más bajo debido al aumento de las suscripciones a televisión de pago en España

Cuota de pantalla por plataforma (en porcentaje). Fuente: Kantar Media



Por grupos, Mediaset y Atresmedia se situaron como líderes, obteniendo 30,4 y 26,7 puntos de cuota de audiencia en el trimestre, respectivamente.

Los dos canales más vistos durante el trimestre continuaron siendo los canales generalistas Telecinco y Antena 3, con una cuota de audiencia del 15,3% y del 12%, 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

Mediaset	30,4	Grupo CRTVE	16
Telecinco	15,3	La 1	10,3
Cuatro	6,8	La 2	2,5
FDF	2,9	Clan TV	1,6
Divinity	2	24H	1
Energy	1,8	Teledeporte	0,6
Boing	1,1	Grupo Vocento (NET TV)	2,8
Be Mad	0,6	Paramount Channel	1,7
Atresmedia	26,7	Disney Channel	1,1
Antena 3	12	G. Unidad Editorial (VEOTV)	2,6
La Sexta	7,2	Discovery Max	1,7
Neox	2,3	GOL	0,9
Nova	2,4	13 TV	2
Mega	1,6	DKISS	0,8
Atreseries	1,2	Ten	0,4
		Real Madrid TV	0,4
		Resto Televisiones	17,9
		<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.