

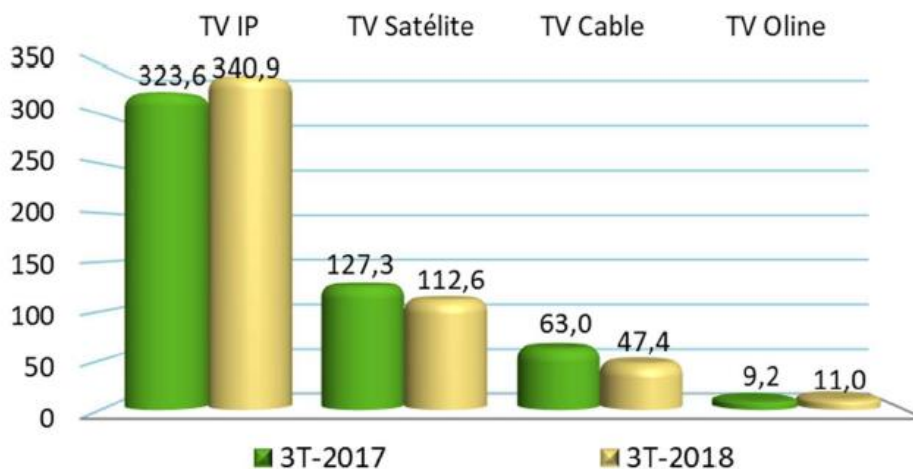
NOTA DE PRENSA

Los ingresos de la televisión de pago por Internet IP superaron los 340 millones de euros en el tercer trimestre de 2018

- 9 de cada 10 abonados a la tele de pago la tenían contratada de manera empaquetada con otros servicios
- Los dos principales grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, representaron el 83,7% de los ingresos de publicidad en televisión.

Madrid, 21 de febrero del 2019. - Los ingresos de la tele de pago por Internet IP superaron los 340 millones de euros, un 5% más que el año anterior. Son los últimos datos disponibles en el [portal CNMCDato](http://portal.cnmcdato.es).

Ingresos TV de pago por tecnología (millones de euros). Fuente CNMC



La facturación de la televisión en abierto fue de casi 340 millones (-4% respecto al mismo trimestre de 2017). Asimismo, la televisión de pago también cayó (un 2,1%) hasta los 512 millones de euros.

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

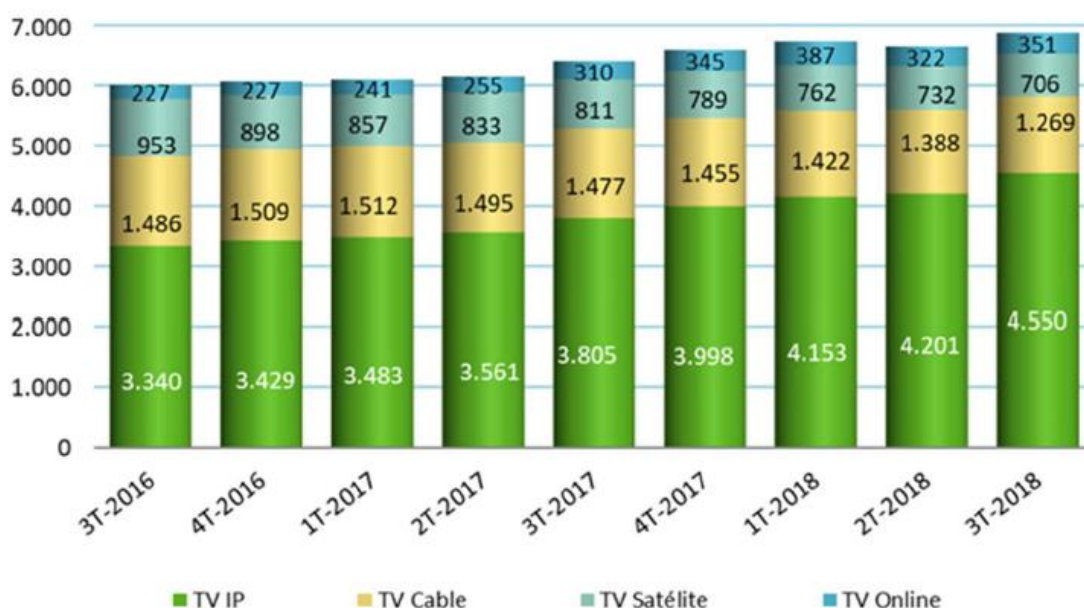
El texto íntegro del informe se publica en el sitio CNMC y se puede consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

El número de abonados a TV de pago creció en 232 mil, situándose el total en casi 6,9 millones. El crecimiento de abonados estuvo relacionado con las ofertas empaquetadas y las promociones que permiten suscribirse de forma gratuita durante los primeros meses.

El 90,5% de los abonados a televisión de pago tenían el servicio contratado bajo alguna modalidad empaquetada.

Número de abonados (millones de abonados). Fuente CNMC



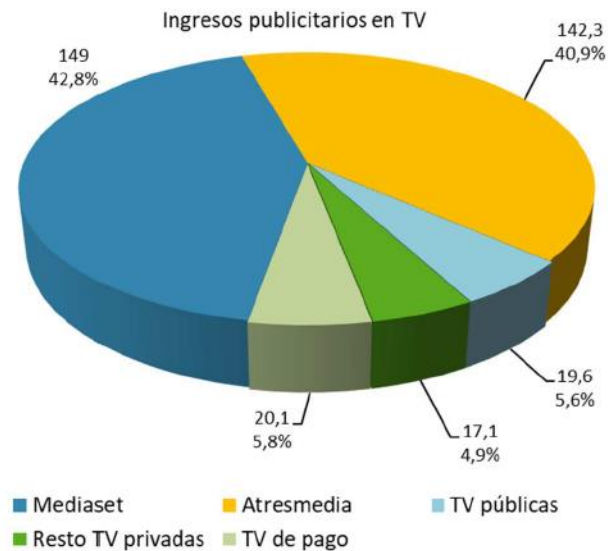
Los dos principales grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, representaron el 83,7% de los ingresos de publicidad en televisión. El porcentaje aumenta al 88,8% si solo se tiene en cuenta el segmento de televisión en abierto.

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 grupos (millones y porcentaje). Fuente CNMC



Consumo

El consumo promedio de televisión durante el trimestre se situó en 3 horas y 8 minutos por persona y día. Estos datos reflejan una importante disminución (32 minutos menos) en el visionado de televisión con respecto al trimestre anterior. El consumo de televisión muestra una tendencia cíclica a lo largo del año de forma que el tercer trimestre, que coincide con los meses de verano, se registra siempre un consumo más bajo que el resto de los trimestres.

Por plataforma, el consumo de televisión, tanto en abierto como de pago, se repartió en un 76,2% para la TDT, el 2,4% para la televisión por satélite y el 21,3% para las plataformas de TV cable y TV IP. La TDT y el satélite perdieron audiencia mientras que el consumo de los servicios de TV por cable y TV IP creció como consecuencia del aumento de las suscripciones a televisión de pago en España.

Por grupos, Mediaset y Atresmedia se situaron como líderes, obteniendo 28,7 y 26,4 puntos de cuota de audiencia trimestral, 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.

Los dos canales más vistos durante el trimestre continuaron siendo los canales generalistas Telecinco y Antena 3, con una cuota de audiencia del 13,5% y del 11,9% respectivamente.

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

Mediaset	28,7	Grupo CRTVE	16,5
Telecinco	13,5	La 1	10,2
Cuatro	5,8	La 2	2,8
FDF	3,1	Clan TV	1,8
Divinity	2,1	24H	0,8
Energy	2,1	Teledeporte	0,9
Boing	1,4	Grupo Vocento (NET TV)	3
Be Mad	0,7	Paramount Channel	1,8
Atresmedia	26,4	Disney Channel	1,2
Antena 3	11,9	G. Unidad Editorial (VEOTV)	2,7
La Sexta	6,5	Discovery Max	1,8
Neox	2,5	GOL	0,9
Nova	2,4	13 TV	2,1
Mega	1,8	DKISS	0,9
Atreseries	1,4	Ten	0,4
		Real Madrid TV	0,4
		Resto Televisiones	18,8
		<small>En "Resto" se incluyen TV Autonómicas, TV locales y TV de pago.</small>	

[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.