

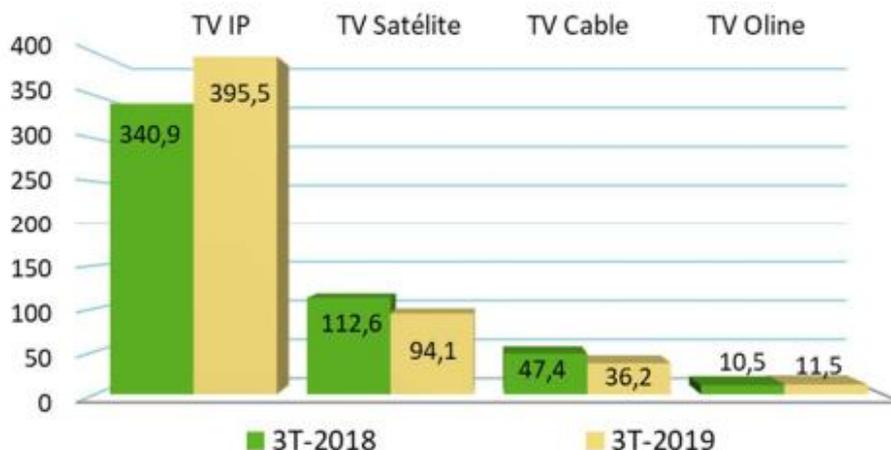
## NOTA DE PRENSA

### **Los ingresos de la televisión de pago por Internet rozaron los 400 millones de euros en el tercer trimestre de 2019**

- 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 82,6% de los ingresos de publicidad en televisión.

**Madrid, 18 de marzo del 2020.** - Los ingresos de la tele de pago por Internet IP rozaron los 400 millones de euros, un 16% más que el año anterior. Son los últimos datos disponibles en el [portal CNMCData](#).

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



La facturación de la televisión en abierto retrocedió un 5,9% con respecto al tercer trimestre del año anterior, obteniendo unos ingresos de casi 320 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*

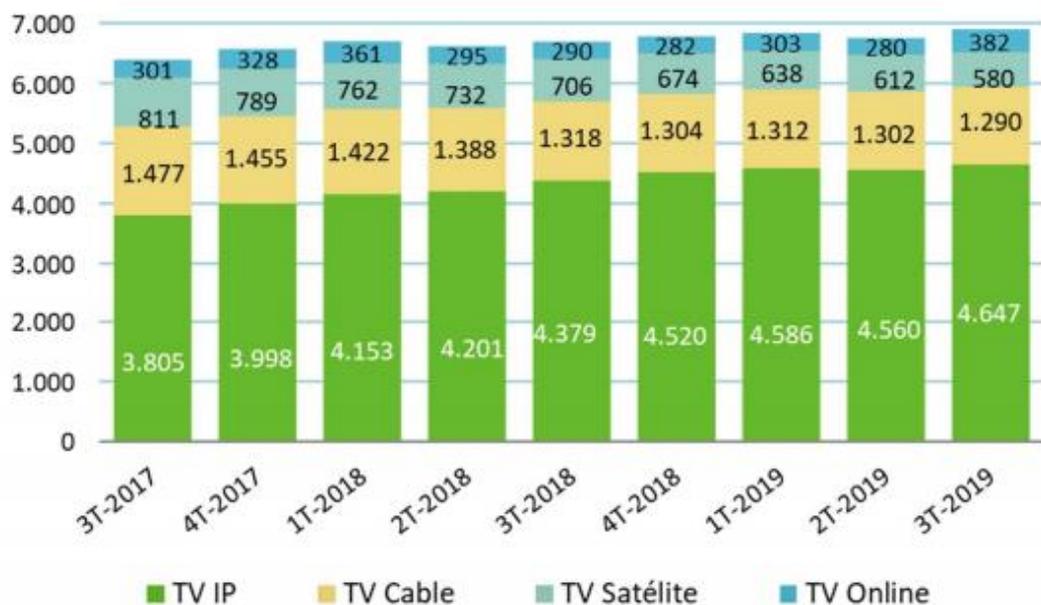
*Reproducción permitida solo si se cita la fuente.*

En el tercer trimestre el número de abonados a TV de pago aumentó en 145 mil. El total de abonados se situó en 6,9 millones y las dos tecnologías con más usuarios fueron la TV IP (que se ofrece a través de las redes de fibra y de xDSL) con 4,65 millones de abonados y la TV por Cable con 1,3 millones.

El crecimiento de abonados está relacionado con las ofertas empaquetadas y las promociones que permiten suscribirse de forma gratuita durante los primeros meses.

El 91% de los abonados a televisión de pago tenían el servicio contratado bajo alguna modalidad empaquetada.

**Número de abonados (millones de abonados). Fuente CNMC**



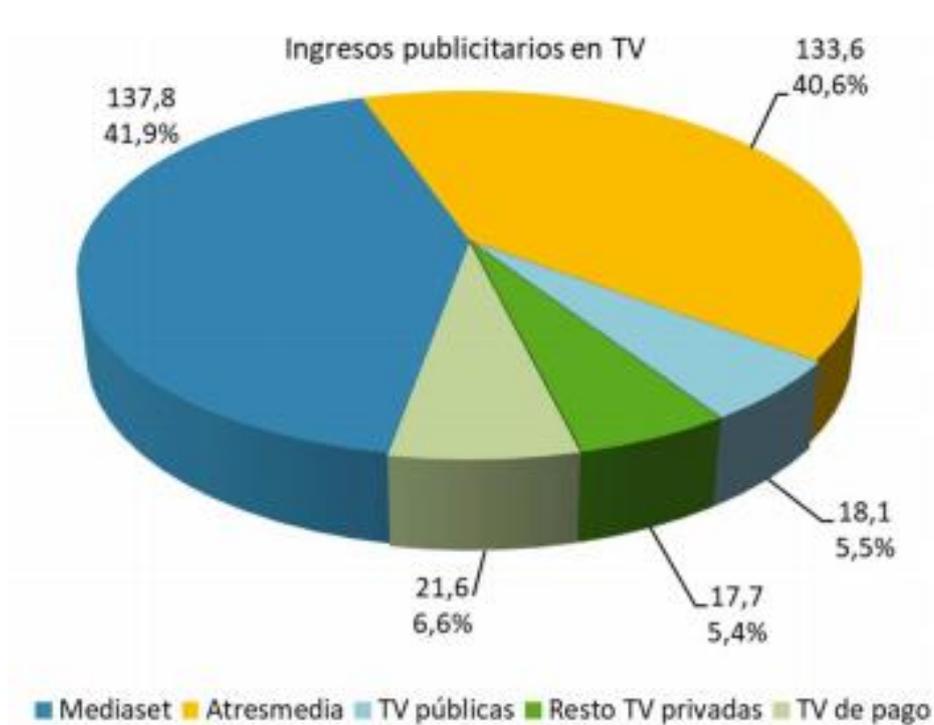
*Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC*

*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 82,6% de los ingresos de publicidad en televisión.

### Ingresos publicitarios por grupos (millones y porcentaje). Fuente CNMC



### Consumo

Por plataforma, el consumo de televisión tanto en abierto como de pago se repartió en un 76,6% para la TDT, el 1,9% para la televisión por satélite y el 21,5% para las plataformas de TV Cable y TV IP. Si se comparan las cifras con años anteriores, se observa un progresivo retroceso en los datos de consumo de la TDT y sobretodo del satélite frente al aumento que han experimentado los servicios de TV por Cable y TV IP. Esta redistribución está relacionada con aumento de las suscripciones a televisión de pago en España, especialmente a través de las redes de fibra.

*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 consumo promedio de televisión continuó descendiendo y se situó en 182 minutos (3 horas y 2 minutos) por persona y día. Estos datos reflejan una disminución de 25 minutos por espectador/día con respecto al segundo trimestre de 2019 y de 6 minutos con respecto al mismo trimestre del año 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 grupos, Mediaset y Atresmedia se situaron como líderes, obteniendo 29 y 25,7 puntos de cuota de audiencia trimestral, respectivamente.

Los canales más vistos fueron Telecinco, Antena 3 y La 1, con unas audiencias del 14,1%, el 11,2% y el 8,9%, respectivamente.

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

<b>Mediaset</b>	<b>29</b>	<b>Grupo CRTVE</b>	<b>15,7</b>
Telecinco	14,1	La 1	8,9
Cuatro	5,5	La 2	2,7
FDF	3	Clan TV	2,1
Energy	2,7	24H	0,9
Divinity	1,9	Teledporte	1
Boing	1,2	<b>Grupo Vocento (NET TV)</b>	<b>3</b>
Be Mad	0,5	Paramount Channel	1,8
<b>Atresmedia</b>	<b>25,7</b>	Disney Channel	1,2
Antena 3	11,2	<b>G. Unidad Editorial (VEOTV)</b>	<b>2,9</b>
La Sexta	6,4	Discovery Max	1,8
Neox	2,6	GOL	1,1
Nova	2,3	<b>13 TV</b>	<b>2,2</b>
Mega	1,6	<b>DKISS</b>	<b>1</b>
Atreseries	1,6	<b>Ten</b>	<b>0,4</b>
		<b>Real Madrid TV</b>	<b>0,4</b>
		<b>Resto Televisiones</b>	<b>19,6</b>
		<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.