



NOTA TRIMESTRAL DEL SECTOR AUDIOVISUAL

4º TRIMESTRE 2013

ESTAD/SG/0008/14

Índice

Resumen e Instantánea trimestral	3
1. Ingresos totales del sector Audiovisual	4
2. Ingresos de televisión por tecnología.....	4
3. Ingresos publicitarios.....	5
4. Consumo y penetración de los servicios de televisión.....	6
5. Audiencias TDT por canal y grupo.....	6
6. Audiencias TDT por edades.....	7
7. Número de abonados.....	7
8. Suscripciones de TV de pago y empaquetamientos.....	8
Consideraciones sobre los datos	9

Resumen e Instantánea trimestral

La Nota Trimestral de la CNMC sobre servicios audiovisuales hace referencia a los principales datos económicos y de audiencias del Sector Audiovisual en España.

En referencia a los datos obtenidos durante el periodo, en el cuarto trimestre de 2013, se observó que:

- los ingresos totales, que ascendieron a 988,39 millones de euros sin incluir subvenciones, disminuyeron un 1,7% respecto al cuarto trimestre de 2012.
- Los ingresos por publicidad, aumentaron un 3,1% en tasa interanual, siendo la partida más importante con 548,3 millones de euros.
- Los accesos a TV de pago, incluyendo los servicios de televisión móvil, disminuyeron un 8,8% en tasa interanual, con 374.167 abonados menos que en diciembre de 2012.

Instantánea trimestral

4º Trimestre 2013	Ingresos
TV abierto	469,2
TV Pago	422,3
Radio	96,8

TV Pago:	Ingresos	Abonados
TV Satélite	291,2	1.620,6
TV Cable	53,2	1.142,0
TV sobre XDSL	54,6	746,6
TDT de pago	18,1	237,2
TV Móvil	3,4	118,0
Otros	1,9	28,4

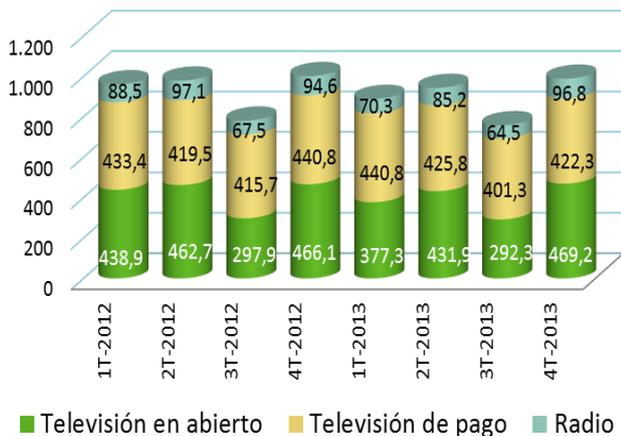
Audiencias TDT por grupos:	
Atresmedia	29,5
Mediaset	29,2
CRTVE	16,3
Grupo Vocento	4,4
Grupo Unidad Editorial	3,3
Resto Televisiones	17,3

% servicios de TV de pago empaquetados con servicios de telecomunicaciones:	50,4%
---	-------

(Millones de euros, miles de abonados y porcentaje)

1. Ingresos totales del Sector Audiovisual

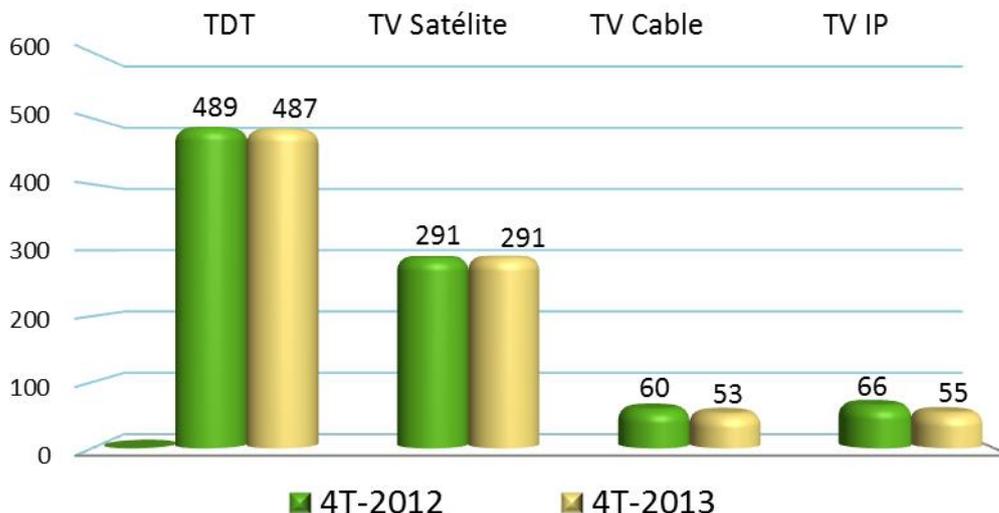
(Millones de euros)



- Con una caída interanual del 1,7%, los ingresos totales ascendieron a 988 millones de euros (subvenciones no incluidas).
- La **televisión en abierto** obtuvo 469 millones de euros, la **televisión de pago** 422 millones y los servicios de **radio** 96,8.
- En peso relativo, cada segmento representó una participación del 47,5%, del 42,7% y del 9,8%, respectivamente.

2. Ingresos de televisión por tecnología

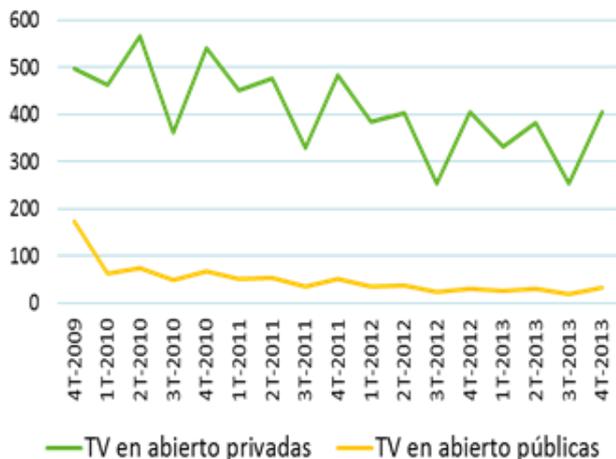
(Millones de euros)



- Por ingresos, los dos principales medios de transmisión fueron la televisión terrestre (487 millones de euros) y la televisión por satélite (291M).
- La televisión por satélite y la radio fueron las únicas que registraron avances en la facturación, +0,1% y +2,3%, respectivamente.
- Los mayores retrocesos interanuales fueron anotados por la televisión IP (-16,9%) y los servicios de televisión por cable (-11,2%).

3. Ingresos publicitarios

(Millones de euros)

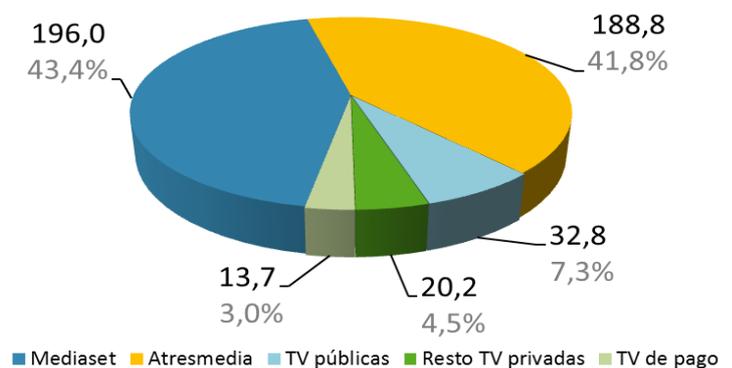


- Los ingresos publicitarios, que incluyen publicidad convencional, patrocinios, televenta y emplazamiento de producto, se cifraron en 548,3 millones de euros (96,8 millones de **radio** y 451,5 millones de **televisión**).
- Los de televisión se desglosaron en 13,7M de televisión de **pago** y 437,8M de televisión en **abierto**.
- Dentro del segmento en abierto, las **televisiones privadas** obtuvieron 405 millones de euros que representaron el 92,5%.

- Por su parte, el grupo de **TV públicas**, con una pérdida de peso específico en el sector desde que en 2010 la Corporación de RTVE dejara de emitir anuncios, obtuvo 32 millones de euros, el restante 7,5% de los ingresos publicitarios.

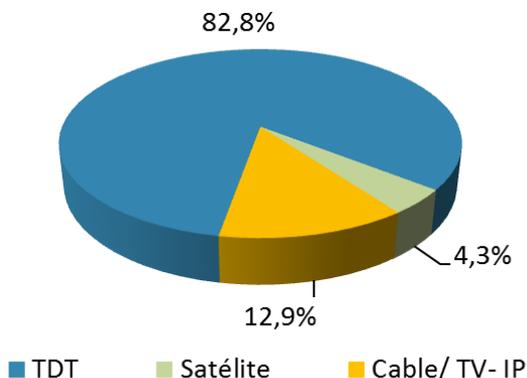
- En total, los ingresos publicitarios de la televisión en abierto experimentaron un aumento interanual del 3,3% y los de la radio del 2,6%. Estos datos representan una ligera recuperación interanual en los ingresos por publicidad con respecto a las cifras obtenidas en el cuarto trimestre del año anterior.
- Los dos principales grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, conjuntamente representaron el 85,2% de los ingresos totales.

(Millones de euros y porcentaje)



4. Consumo y penetración de los servicios de televisión

(% de cuota por plataforma, mes de diciembre 2013)



- Por plataformas, el consumo de televisión, ya sea prestado en abierto o en régimen de pago, se repartió en un 82,8% para la TDT, el 4,3% para la televisión por satélite y el 12,9% para las plataformas de cable y TV-IP.
- El consumo promedio de televisión durante el cuarto trimestre se situó en 252 minutos (4 horas y 12 minutos) por persona y día.

Fuente: Kantar Media

- La penetración de los servicios de televisión de pago, con una disminución de 0,7 puntos porcentuales en el año, se situó en 8,1 abonados por cada 100 habitantes.

5. Audiencias TDT por canal y por grupo

(% de cuota, 4º trimestre)

Atresmedia	29,5	Grupo CRTVE	16,3
Antena 3	14,1	La 1	10,1
La Sexta	6,3	La 2	2,4
Neox	2,2	Clan TV	2,2
Nova	2,1	Teledeporte	0,9
Nitro	1,6	24H	0,7
Xplora	1,6	Grupo Vocento (NET TV)	4,4
La Sexta 3	1,6	Disney Channel	1,6
Gol T	0,1	Paramount Channel	1,6
Mediaset	29,2	Intereconomía	0,7
Telecinco	14,1	MTV	0,5
Cuatro	5,8	G. Unidad Editorial (VEOTV)	3,3
FDF	3	Discovery Max	1,7
Divinity	1,8	13TV	1,3
Boing	1,7	AXN (canal TDT de pago)	0,3
La Siete	1,2	Resto Televisiones	17,3
Energy	1,2	<i>Nota: en "Resto" se incluyen TV Autónomas, locales y de pago.</i>	
Nueve	0,6		

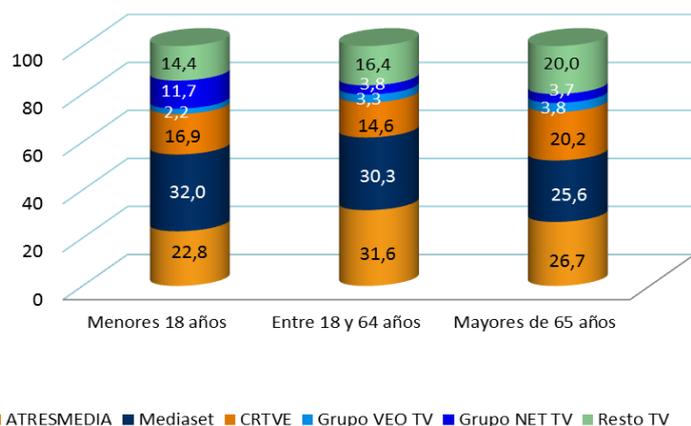
Fuente: Kantar Media

Nota: cada grupo incluye los canales que operan a través del ancho de banda con independencia de si se explotan directamente o si están arrendados a otro operador. Ocasionalmente y debido al redondeo de decimales, podrían aparecer pequeñas diferencias entre la suma de las audiencias de los canales y la audiencia total del grupo.

- Por canales de programación los dos canales más vistos durante el último trimestre del año fueron los canales generalistas Antena 3 y Telecinco, ambos con una audiencia media del 14,1%.
- Por grupos, Atresmedia y Mediaset, obtuvieron 29,5 y 29,2 puntos de audiencia, respectivamente.

6. Audiencias TDT por edades

(% de cuota sobre el target, 4º trimestre)



➤ En edades comprendidas entre 18 y 64 años las opciones mayoritarias fueron Atresmedia y Mediaset con 31,6 y 30,3 puntos, respectivamente.

➤ En el segmento de población mayor de 65 años las audiencias estuvieron algo más repartidas entre los 3 grupos principales: Atresmedia (26,7), Mediaset (25,6) y CRTVE (20,2).

Fuente: Kantar Media

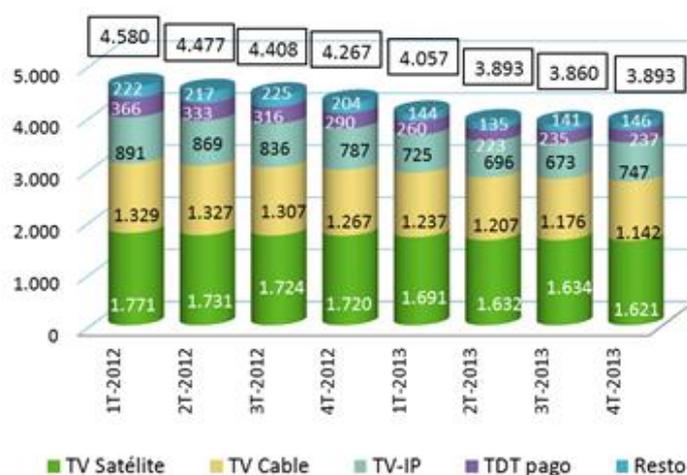
➤ La distribución de las audiencias por grupos de edad y escogiendo tan solo a los principales grupos de televisión en abierto, reflejan que en el tramo de población de menos de 18 años Mediaset fue el grupo con mayor éxito, con 32 puntos de audiencia media en el trimestre.

7. Número de abonados

➤ La mitad de los abonados de televisión de pago tenían el servicio contratado con operadores que solo ofrecen televisión (49,6%) y el resto eran suscripciones empaquetadas con servicios de telecomunicaciones.

➤ El número total de abonados a final de trimestre, incluyendo los abonados a TV móvil, se cifró en 3,89 millones, con un aumento de 33 mil abonados con respecto al trimestre anterior, pero con un descenso interanual del 8,8%.

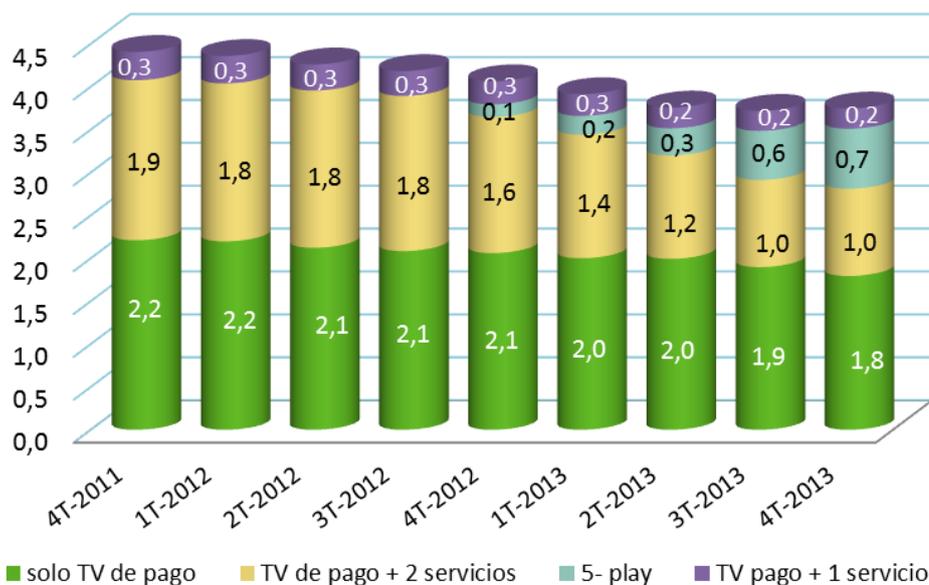
(Miles de abonados)



Nota: Otros incluye aboandos a TV móvil y Web TV/TV on line.

8. Suscripciones de TV de pago y empaquetamientos

(Millones de suscripciones)



- El número total de suscripciones de televisión de pago contratadas junto con otro servicio de telecomunicaciones ascendió a 1,9 millones.
- La modalidad más utilizada fue el *triple play* que combina la TV de pago con otros 2 servicios de telecomunicaciones (generalmente telefonía fija y banda ancha fija).
- Se continuaron dando importantes aumentos en las ofertas *quíntuple play* que a final de trimestre contaban con 699 mil abonados. Las ofertas *quíntuple play* combinan la televisión de pago con otros cuatro servicios de telecomunicaciones, que son: telefonía fija, telefonía móvil, banda ancha fija y banda ancha móvil.

Consideraciones de los datos

- Para la elaboración de la Nota se emplean datos provisionales aportados por un conjunto de 36 operadores activos en el mercado. Si bien la amplitud de la muestra proporciona una representación muy significativa para detectar las tendencias, el total de ingresos y abonados y la penetración de los servicios, los datos de la Nota trimestral no tienen por qué coincidir con los datos publicados en el Informe Económico Sectorial anual debido a que el número de operadores requeridos con periodicidad trimestral es menor.
- Los datos recogidos en los informes trimestrales incluyen información relativa a 20 operadores de televisión en abierto, 11 operadores de televisión de pago y 16 operadores de radio. Los operadores de televisión en abierto y de radio coinciden en muchos casos debido a que los operadores públicos tienen actividad en ambos ámbitos.
- Para el cálculo de la penetración de los servicios de televisión de pago se han utilizado las cifras de población del INE basadas en el Censo de Población de 2011. El dato a enero de 2013 ascendió a 46.704.314 habitantes.
- Ficha técnica correspondiente al gráfico del apartado 4 y a la tabla del apartado 5: España, ind4+ Universo(000):43995 Muestra:11451;
- Ficha técnica correspondiente al gráfico del apartado 6: España, ind-18 Universo(000):6413 Muestra:1665; ind.18-64 Universo(000):29430 Muestra:7644; ind.65+ Universo(000):8152 Muestra:2142
- Para más información, los datos del sector audiovisual se pueden consultar y descargar en el portal <http://data.cnmc.es>.

