MEDIA

La TV de pago avanza a paso lento: alza del 1% el primer trimestre y 6,84 millones de abonados

Los ingresos de los servicios audiovisuales de pago en España se incrementaron un 3,1% interanual entre enero y febrero de 2019, hasta 1.547,79 millones de euros

Palco23
11 oct 2019 - 13:17

La televisión de pago en España ralentiza el ritmo en el primer trimestre de 2019 . Los ingresos por abonados de las plataformas existentes en el país aumentaron un 3,1% interanual entre enero y marzo de 2019, según los datos publicados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc). En total, el negocio de las plataformas audiovisuales de pago alcanzó los 1.547,79 millones de euros en los tres primeros meses del año.

Entre enero y marzo de 2019, la televisión de pago ha ganado un 0,9% de abonados, hasta 6,84 millones de personas, 58.604 clientes más. Movistar+ parece haber tocado techo, a la espera de conocer qué impacto ha tenido su renovada apuesta por las principales competiciones deportivas. De momento, entre enero y marzo avanzó

https://www.palco23.com/media/la-tv-de-pago-avanza-a-paso-lento-alza-del-1-el-primer-trimestre-y-684-millones-de-abonados

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

apenas un 0,1% en número de accesos, hasta 4,09 millones de clientes.

Vodafone, que se ha volcado con las series y ha renunciado al fútbol, aumentó un 2,5% su cartera de clientes entre enero y marzo de 2019, con 1,32 millones. Orange, por el contrario, cedió un 1,6% y se quedó en torno a 679.000. El resto de plataformas de pago, como Filmin o Rakuten TV.

> **Movistar+ avanzó un 0,1% en número de accesos, hasta 4,09 millones**

Los ingresos trimestrales crecen de forma en todas las compañías, que en conjunto ingresaron 563,57 millones de euros, un 1,8% más. Movistar+ obtuvo 437,66 millones, por los 49,2 millones de Vodafone y los 43,4 millones de Orange. La plataforma de pago de telefónica mejoró sus ingresos un 1,7%, mientras que Vodafone lo hizo un 3,6% y el negocio de Orange avanzó un 4,7%.

En el conjunto del sector, el peso de las suscripciones ya se acerca al de la publicidad, según los datos de la Cnmc. La comercialización de anuncios generó 524,5 millones de euros entre enero y marzo, apenas cinco millones de euros más que en el mismo periodo de 2018, lo que supuso un avance del 0,9%. Por el contrario, los abonados pagaron 523,6 millones por sus servicios de televisión, lo que supone un aumento de quince millones de euros, un 2,8% más.

En cambio, se disparó la facturación de servicios de vídeo bajo demanda, que se situó en 9,3 millones de euros, un 24,8% más respecto al primer trimestre de 2018, gracias al buen rumbo de plataformas como Rakuten TV, Netflix, HBO o Filmin.

Una de las razones que explican el descenso de los ingresos publicitarios es la caída del número de minutos reservados a los mismos, que pasaron de 669.012 minutos en el último trimestre de 2018 a 581.151 minutos en el arranque de 2019. También retrocedió la televenta (268.144 minutos), la autopromoción (226.723 minutos) y el patrocinio (6.326 minutos).

https://www.palco23.com/media/la-tv-de-pago-avanza-a-paso-lento-alza-del-1-el-primer-trimestre-y-684-millones-de-abonados

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.