

MEDIA

Telefónica supera los 4,1 millones de abonados a la TV de pago en España

El grupo de telecomunicaciones aumentó un 4,4% su base de abonados a Movistar+ durante el segundo trimestre. En total, sus ingresos globales por el área audiovisual alcanzaron 1.501 millones de euros.

Palco23
25 jul 2019 - 09:30



Telefónica refuerza su posición como líder en el mercado de la televisión de pago en España. Pese a su apuesta por los clientes más *premium* a costa de subidas en las tarifas mensuales, el grupo de telecomunicaciones no ha perdido abonados e incluso ha ganado, con un avance intertrimestral de 4,4%. A cierre de junio contaba con 4,11 millones de accesos contratados a Movistar+ en el país, la primera vez que supera esta cifra.

1/2

<https://www.palco23.com/media/telefonica-supera-los-41-millones-de-suscriptores-a-la-tv-de-pago-en-espana>

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.

La previsión es que, a corto plazo, ese número de clientes pueda continuar creciendo, pues en la actualidad es la única plataforma de televisión vía IP que tiene asegurada la retransmisión de toda LaLiga y la Uefa Champions League a partir de 2019-2020. Vodafone ya anunció que no iba a sublicenciar estos contenidos y Orange aún no ha cerrado ningún acuerdo, si bien mostró su interés por los mismos.

A la espera de cómo actúen sus competidores, Movistar+ ya ha ido dando forma a la nueva propuesta futbolística del próximo ciclo, en el que las grandes novedades serán la emisión de dos encuentros de LaLiga 1|2|3 en su canal deportivo básico, #Vamos, mientras que el resto se concentrará en un solo canal con el nombre de Movistar LaLiga y otro bajo la marca Movistar Liga de Campeones.

Movistar+ ha reconfigurado la oferta de fútbol para 2019-2020, el primer año que tiene la propiedad de todos los derechos

El avance del negocio audiovisual de Telefónica también ha sido importante a nivel global, con un alza del 5,2% durante el primer semestre de 2019, hasta 1.501 millones de euros. En total, la compañía cuenta con diez millones de suscriptores a sus servicios de televisión, de los cuales 8,8 millones lo son a sus plataformas tradicionales y 1,2 millones han sido captados a través de su OTT Movistar Play en Latinoamérica.

El estreno de este sistema en España se produjo a principios de mayo bajo la marca Movistar+ Lite. Se desconoce cuál es el número de abonados que ha conseguido este nuevo producto, cuya oferta se centra en las series y en los contenidos deportivos que se emiten a través de #Vamos. Eso sí, el presidente de Movistar+, Sergio Osle, aseguró un mes después de su estreno que “el grado de aceptación por parte de los usuarios está superando ampliamente nuestras expectativas”, con dos horas y media de consumo diario y un 80% del contenido visto bajo demanda.

En general, Telefónica cerró los primeros seis meses de 2019 con una facturación de 24.121 millones de euros, una caída del 0,9% interanual, mientras que el beneficio neto ascendió a 1.787 millones de euros, una mejora del 2,8% respecto al periodo enero-junio de 2018. “Crecemos en número de accesos, sobre todo en los segmentos de mayor valor, a la vez que aumenta el ingreso medio por cliente”, ha defendido José María Álvarez-Pallete, presidente ejecutivo de Telefónica.