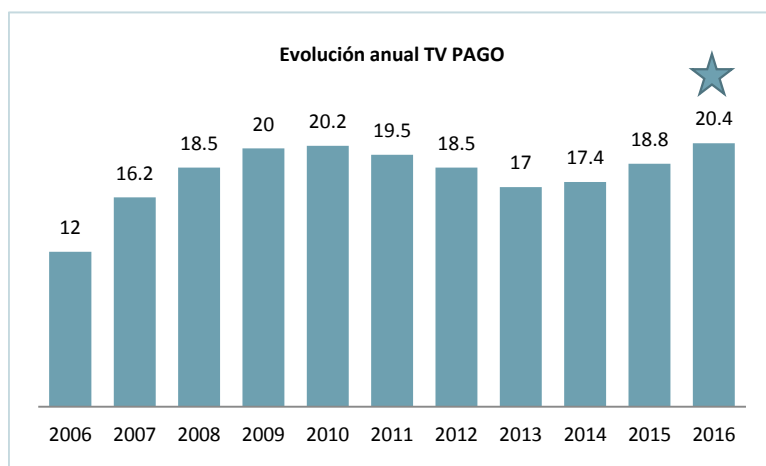


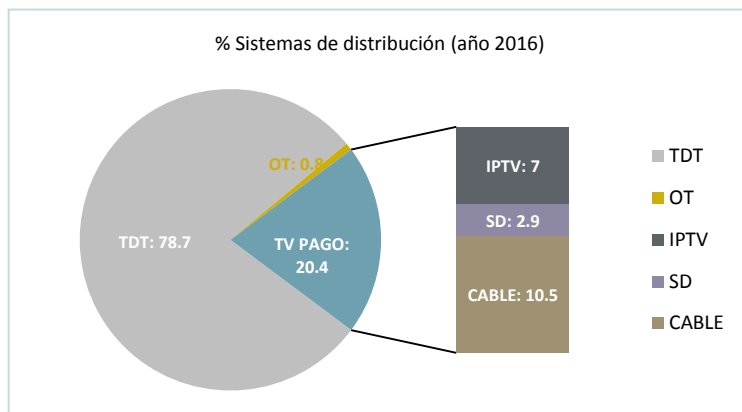
## LA TELEVISIÓN DE PAGO 2016: INFORME BARLOVENTO (ENERO-17)

### NOTABLE CRECIMIENTO DE LA TV DE PAGO

El consumo televisivo a través de alguna de las modalidades de pago representa el **20,4%** en el promedio del 2016, lo que supone su máximo histórico. Además, la evolución mensual muestra una tendencia creciente y el conjunto de la TV de Pago cierra el último mes del año en el 20,7%.



La TV de Pago engloba las audiencias de todas las cadenas que se integran en las distintas plataformas de pago: **Cable** (Telecable, Mundo-R, Euskaltel...), **IPTV** (MovistarTV, Jazztel, Vodafone, Orange TV) y **Satélite Digital** (Movistar+) y suma las cuotas de televisiones Nacionales, Autonómicas y Temáticas.

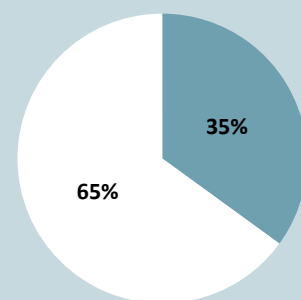


### AUMENTO DE ABONADOS

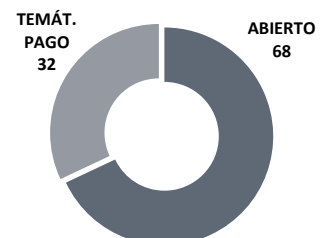
En el año 2016, la penetración de la TV de Pago es de cerca de 16 millones de españoles, es decir, el 35% de los individuos de 4 ó más años de edad de España están abonados/reciben alguna de las modalidades de TV de pago; Cable, IPTV o Satélite Digital.

**% abonados a TV Pago**

■ Recibe TV Pago ■ No recibe TV Pago



**% Composición TV Pago por tipología de cadena**

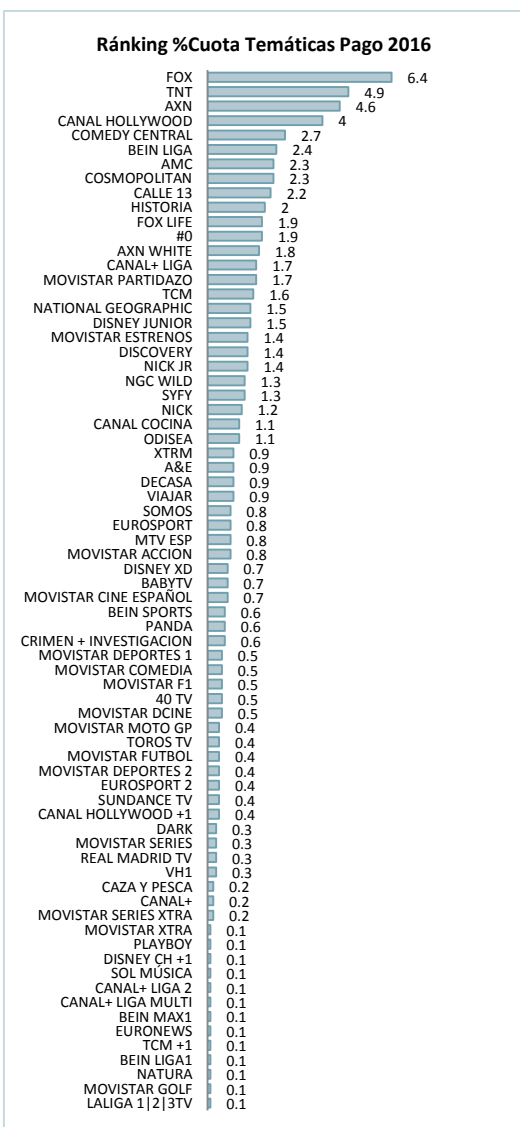


LA TV DE PAGO REPRESENTA EL 20,4% DEL CONSUMO DE TELEVISIÓN EN ESPAÑA EN 2016  
DENTRO DE LA CUOTA DE TV PAGO, LAS CADENAS EN ABIERTO REPRESENTAN EL **68%**  
Y LAS "TEMÁTICAS DE PAGO" EL **32%** (7% DEL TOTAL TELEVISIÓN).

# CADENAS TEMÁTICAS DE PAGO

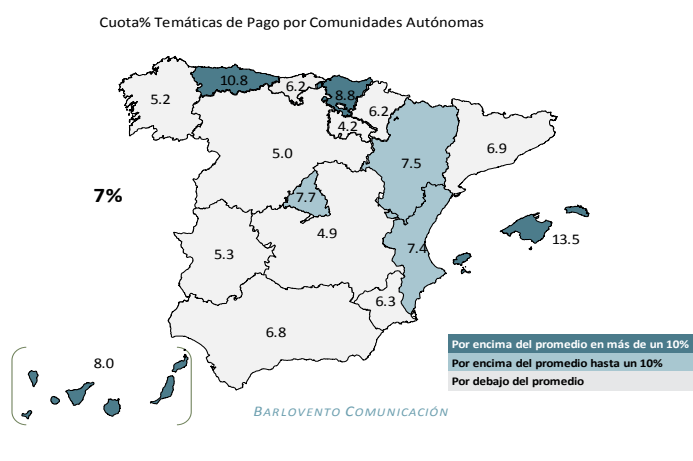
El grupo de "Temáticas de Pago" (en torno a 90 cadenas) supone el **7%** del total de la audiencia de televisión, con una cobertura diaria de **6,3 millones y 20 millones** en el total del 2016, es decir, el **14%** de la población ve al menos un minuto de Temáticas de Pago al día y en el acumulado del periodo la audiencia acumulada es del **45%**.

El **ránking de las cadenas temáticas de Pago** está encabezado en el último año por Fox (6,4% de cuota sobre el mercado de Temáticas de Pago), TNT (4,9%), AXN (4,6%), Canal Hollywood (4%), TNT (4,9%), AXN (4,6%), Canal Hollywood (4%) y Comedy Central (2,7%), entre las cinco primeras.



El número de minutos promedio que los espectadores de Temáticas de Pago visionan estas cadenas es de **117 minutos diarios**. En torno al **8% del total de consumo** corresponde a visionado en diferido (vosdal+AD1-7).

Los resultados de las Temáticas de Pago destacan en las Comunidades Autónomas de **Baleares (13,5% cuota TTV)**, donde es la opción líder, en **Asturias (10,8%)**, en **País Vasco (8,8%)** y en **Canarias (8%)**.



## EMISIÓN Y PELÍCULA MÁS VISTAS EN LINEAL Y DIFERIDO DEL 2016

- ▶ La **emisión más vista en lineal** del año de las temáticas de Pago corresponde al partido del **Barcelona-Real Madrid** (Being Liga, 3 diciembre 2016) con 2.214.000 espectadores de audiencia media y el 76,2% de cuota de pantalla sobre el mercado de temáticas de Pago.
- ▶ La **emisión más vista en diferido** de las temáticas de Pago es **"The Walking dead"** (Fox, 5 diciembre 2016) con 422.000 espectadores de audiencia media.
- ▶ La **película más vista del 2016 en diferido** de las cadenas Temáticas de Pago es **"El Libro de la Selva"** (Movistar Estrenos, 25 diciembre 2016) con 211.000 espectadores de audiencia media.
- ▶ En la suma de lineal más diferido, la película más vista es **"Ocho Apellidos Catalanes"** (Movistar Estrenos, 24 junio 2016) que acumuló una audiencia media de 309.000 espectadores en ambas dimensiones de visionado.

## TEMÁTICAS DE PAGO EN CIFRAS

La catalogación de Kantar Media de la programación de las cadenas Temáticas de Pago, nos dejan las siguientes cifras:

### 72 CADENAS CON MINUTADO

6.041 PROGRAMAS DIFERENTES

628.945 EMISIONES

101.205 DOCUMENTALES

81.574 PASES DE PELÍCULAS

5.941 CORTOMETRAJES

51% DEL TIEMPO ES FICCIÓN

37.252 HORAS DE DIBUJOS ANIMADOS

20.390 HORAS DE PROGRAMAS MUSICALES

25 DEPORTES DIFERENTES

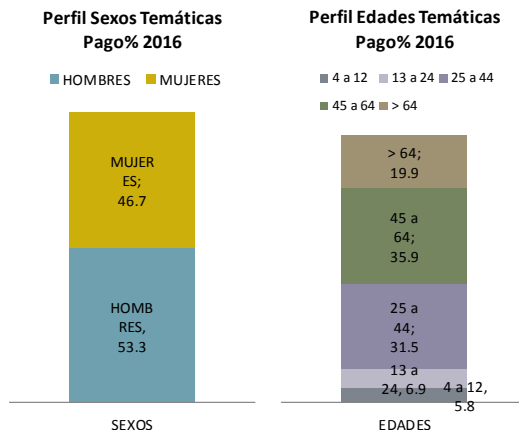
1.002 ANUNCIANTES

96.287 GRP'S



## PERFIL DE AUDIENCIA

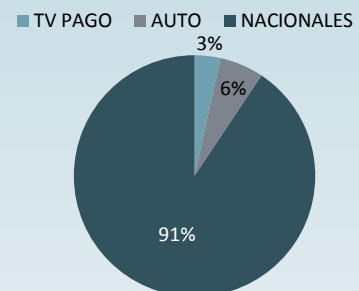
La composición de la audiencia de las Temáticas de Pago por sexos y edades muestra que su perfil es mayoritariamente masculino y de individuos de 25 a 64 años, que significa 2 de cada 3 espectadores e Temáticas de Pago.



## INVERSIÓN PUBLICITARIA

Según el último Estudio de Inversión Publicitaria Estimada de InfoAdex, correspondiente al periodo enero-septiembre 2016, la TV Pago supone el 3% de la tarta publicitaria.

Porcentaje Inversión estimada estudio infoAdex por tipo cadena 2016\*



## BARLOVENTO COMUNICACIÓN

Barlovento Comunicación es una consultora audiovisual especializada en estrategia, marketing integral y comunicación, con atención preferente al análisis del mercado televisivo y de las audiencias.

### CONSULTORÍA AUDIOVISUAL

Barlovento Comunicación presta asesoría integral en todas las áreas vinculadas al sector audiovisual y empresarial haciendo uso de unas señas de identidad propias, como son el compromiso, la proactividad, la atención personalizada y el uso de las herramientas más adecuadas.

- conocimiento
- experiencia
- innovación
- compromiso
- eficiencia
- independencia
- pasión



### INVESTIGACIÓN TV

Soluciones Integrales mediante técnicas de análisis e investigación

### NUESTROS CLIENTES

Televisores, productoras, anunciantes, instituciones y cualquier empresa que precise de nuestros servicios.

### MÁS INFORMACIÓN

Para más información sobre la contratación de nuestros servicios, no dude en contactar con nosotros:

Tél. 91.446.17.57

[blvcom@barloventocomunicacion](mailto:blvcom@barloventocomunicacion)

