

LA TELEVISIÓN EN ABIERTO, LÍDER EN LAS PLATAFORMAS DE PAGO

A pesar del indudable crecimiento de la televisión a petición y de las plataformas OTTs, la televisión lineal en abierto sigue concentrando el mayor porcentaje de consumo audiovisual en España. No sólo eso, sino que, según diferentes estudios, esta oferta gratuita es también líder en las preferencias de aquéllos que acceden a la televisión a través de las plataformas de pago.

Según el informe GECA, esta oferta concentra el 62,5% de cuota de pantalla en MOVISTAR+. El grupo más consumido es ATRESMEDIA (20,2%), seguido de MEDIASET (19%) y de RTVE (12,2%). Por cadenas, TELECINCO (10,7%) se sitúa por delante de ANTENA 3 (10,4%). Entre los canales de la plataforma, el primero que aparece es BEIN LIGA con un 3%, #0 (1,5%), MOVISTAR LIGA DE CAMPEONES (1,3%), VAMOS (1,1%), MOVISTAR PARTIDAZO (1%) y MOVISTAR ESTRENOS (0,9%). Hay que tener en cuenta que algunos canales temáticos que no son propios pero que se difunden también por la plataforma consiguen una audiencia superior a algunos de éstos, tal y como ocurre con FOX (1,5%) o AXN (1,2%).

Este dato puede complementarse con el ofrecido por BARLOVENTO en un estudio de marzo de 2019 sobre comportamiento audiovisual de quienes reciben NETFLIX o HBO. Entre estos usuarios de OTTs, el mayor consumo televisivo se refiere a las temáticas de pago (13,6%), seguido muy de cerca por ANTENA 3 (13,3%) y TELECINCO (13,1%). A mayor distancia quedan tanto LA 1 (8,2%), como LA SEXTA (7,7%), las AUTONÓMICAS (7,2%) y CUATRO (6,5%).