



**BARLOVENTO
COMUNICACIÓN**
CONSULTORÍA AUDIOVISUAL Y DIGITAL

febrero 2023

**TELEVISIÓN ESPECIALIZADA
VS
TELEVISIÓN CONVENCIONAL**



Objetivo

El objetivo del estudio es profundizar en la fortaleza actual de la Televisión de Pago, en su mejor momento histórico, y en la responsabilidad que tienen los canales temáticos y especializados en este auge.

Metodología

En el presente estudio se distinguen tres tipologías de canales de televisión, independientemente de si emiten en Abierto o en Pago.

- 1. TELEVISIÓN GENERALISTA:** aquellos canales con programación generalista. Ejemplos: Antena3, Telecinco, La1 Canal Sur, #0 por M+ o Selekt.
- 2. TELEVISIÓN TEMÁTICA:** aquellos canales cuya programación está enfocada a un único género, pero con diversas temáticas. Ejemplos: Teledporte (deporte), Boing (infantil), Divinity (entretenimiento), AMC (ficción) o National Geographic (documentales).
- 3. TELEVISIÓN ESPECIALIZADA:** aquellos canales cuya programación se reduce a un único género y a una temática concreta. Ejemplos: Odisea (documentales de naturaleza), Somos (cine español) o DAZN F1 (deporte fórmula 1).

Ficha técnica

Ind. 4+ | lineal + diferido | incluye invitados y segundas residencias

- **Consumo lineal** → visionado de contenidos en directo
- **Consumo en diferido** → visionado de contenidos en el mismo día de emisión o en los siete días posteriores. Incluye funciones como 'ver desde el inicio' o 'últimos siete días'.

Resumen de titulares

1

La Televisión de Pago registra en 2022 su **récord histórico de audiencia con el 9,8% de cuota de pantalla.**

Si se incluye la **audiencia en diferido**, la suma del share de los canales de Pago **asciende hasta el 10,7%, también máximo histórico.**

2

Uno de cada diez minutos de consumo de televisión se registra en algún canal de Pago.

3

Si se considerara el conjunto de canales de Pago como una oferta única... **Las Temáticas de Pago serían en 2022, por primera vez en la historia, la tercera cadena más vista.**

4

Además, **inician 2023 como segunda opción por primera vez en la historia, con su segundo mejor registro mensual (10,7%).**

5

Se contabilizan un total de **154 canales de televisión con audiencia en el año 2022.** Es el número más elevado de los últimos once años. (en 2011 hubo 158 cadenas y el máximo se registró en 2010 con 167)

6

2022 es el año con mayor oferta histórica de cadenas de Pago (66 abierto vs. 88 pago)
Representan más de la mitad de la oferta televisiva (57%) en la actualidad.

7

3 de cada 4 canales de televisión están orientados a un género/especialidad concreta. Solo 1 de cada 4 tiene programación generalista.

8

Récord de canales especializados: han pasado de 35 a 54 (+54%) en apenas dos años.

Fenómeno de los canales “pop-ups” (temporales) y una tendencia a la especialización (fijos).

Resumen de titulares

9

Un total de **45,5 millones de espectadores únicos han sintonizado a lo largo del año con algún canal temático o especializado.**

Esto supone una **cobertura del 99,4% de la población española.**

10

En un contexto de mermas en el consumo diario de televisión, **el consumo de Televisión Temática y Especializada ha crecido.**

11

Crece el tiempo de consumo de las series, el entretenimiento, los documentales y el deporte entre quienes lo consumen de manera habitual.

12

Es decir, **la Televisión Temática y Especializada logra retener a sus espectadores. El público habitual de este tipo de canales consume cada vez más tiempo.**

13

La naturaleza de la Televisión Temática y Especializada, en su mayoría canales de Pago, empuja al consumo de contenidos en diferido.

La modalidad de visionado en diferido aporta a esta tipología de televisión un extra de audiencia muy importante.

14

El **visionado en diferido** en los canales temáticos y especializados de Pago **aporta casi un 20% de audiencia extra.** Es decir, 1 de cada 5 de sus espectadores se incorpora a través del diferido.

15

1 de cada 3 minutos de consumo en diferido de televisión se hace en algún canal de Pago.

Además, **la mitad del consumo en diferido corresponde a la Televisión Temática y Especializada.**

16

La ficción es el género dominante dentro del consumo en diferido en televisión.

El 30% de todo el visionado en diferido corresponde a canales especializados en ficción (cine y series).

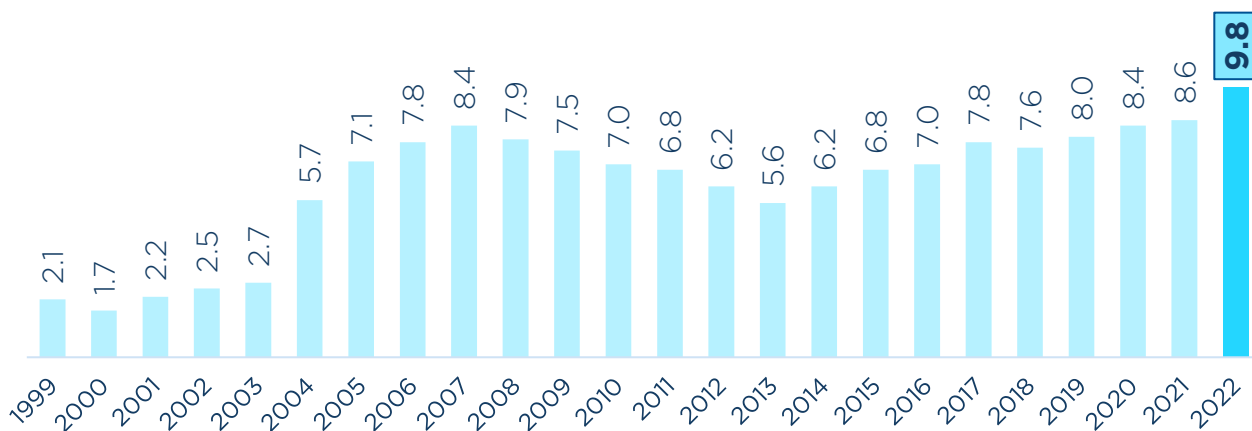
Hitos de audiencia

de la Televisión de Pago

La Televisión de Pago registra en 2022 su récord histórico de audiencia con el **9,8% de cuota de pantalla**.

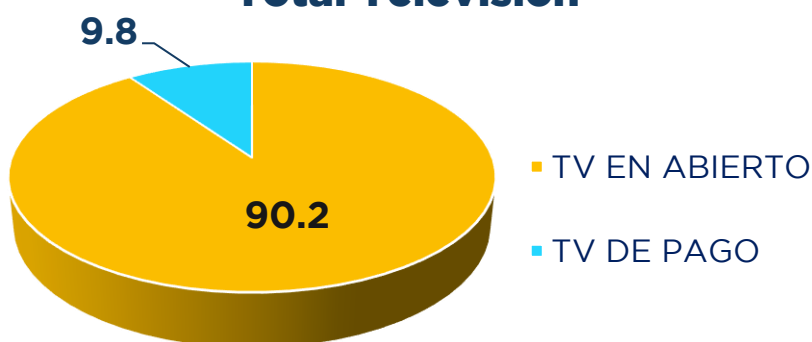
Si se incluye la audiencia en **diferido**, la suma del share de los canales de Pago asciende hasta el **10,7%**, también máximo histórico.

Evolución histórica en cuota del conjunto de temáticas de Pago



Uno de cada diez minutos de consumo de televisión se registra en algún canal de Pago.

Reparto de la cuota del Total Televisión



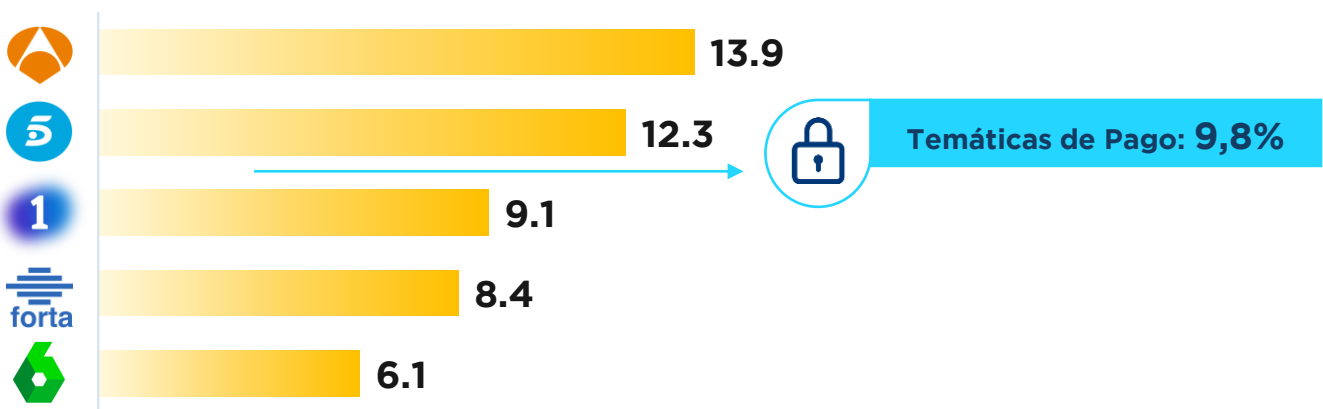
Hitos de audiencia

de la Televisión de Pago

Si se considerara el conjunto de canales de Pago como una oferta única...

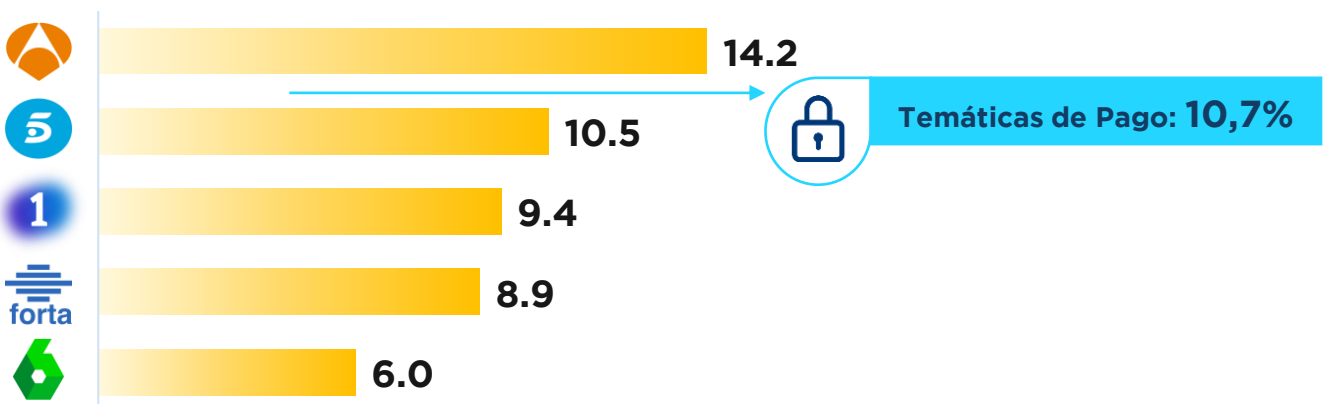
Las Temáticas de Pago serían en 2022, **por primera vez en la historia, la tercera cadena más vista.**

Top-5 cadenas en 2022



Además, **inician 2023 como segunda opción** por primera vez en la historia, **con su segundo mejor registro mensual (10,7%).**

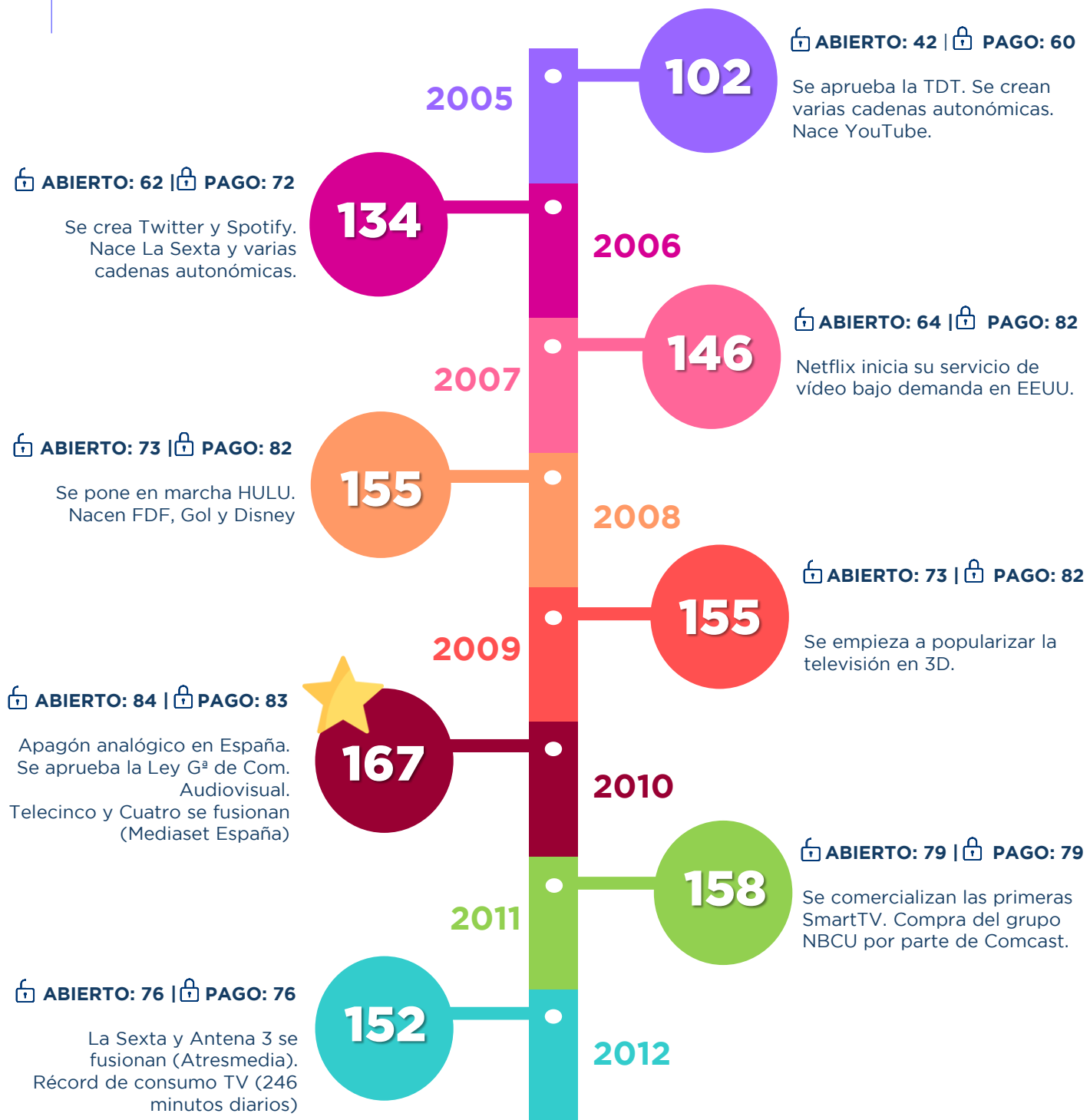
Top-5 cadenas en enero 2023



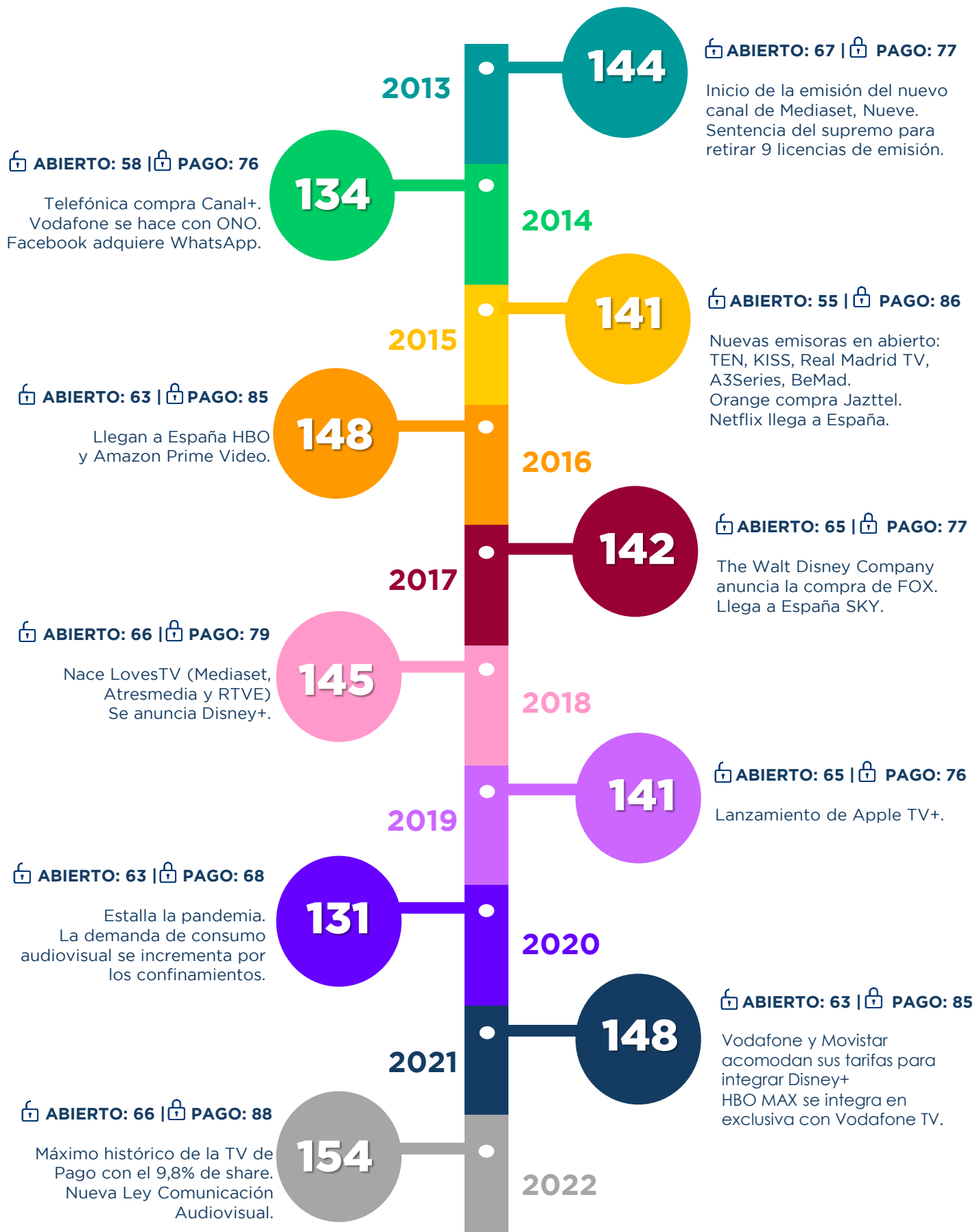
Tipologías de cadenas de televisión

Se contabilizan un total de **154 canales de televisión** con audiencia en el año 2022.

Es el **número más elevado de los últimos once años** (en 2011 hubo 158 cadenas y el máximo se registró en 2010 con 167)



Tipologías de cadenas de televisión

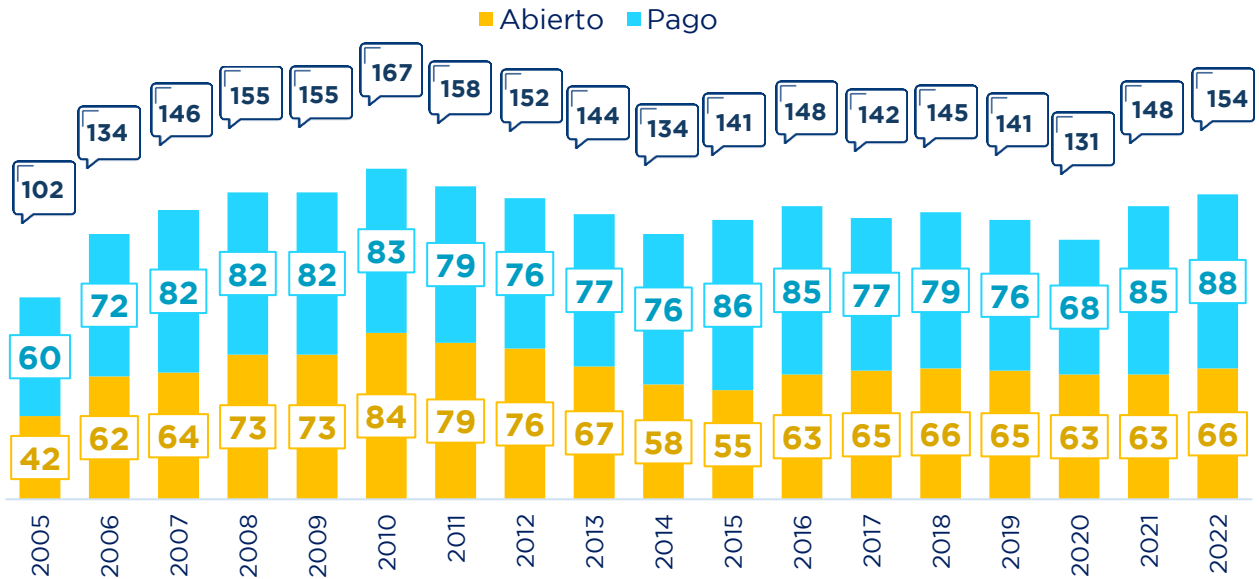


Tipologías de cadenas de televisión

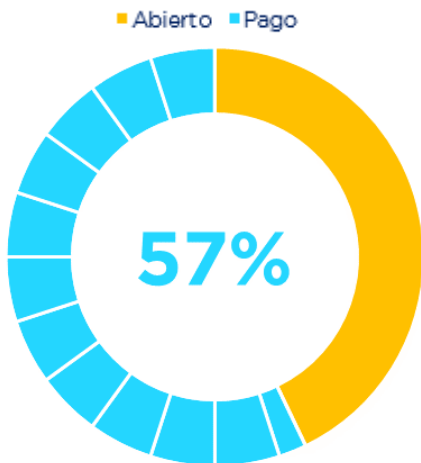
2022 es el año con **mayor oferta histórica de cadenas de Pago** (66 abierto vs. 88 pago)

Representan **más de la mitad de la oferta televisiva (57%)** en la actualidad.

Evolución del número de canales por modalidad de emisión (abierto/pago)



Peso de los canales de Pago vs. Abierto (2022)



Del conjunto de las 88 cadenas de Pago, la oferta por tipología:

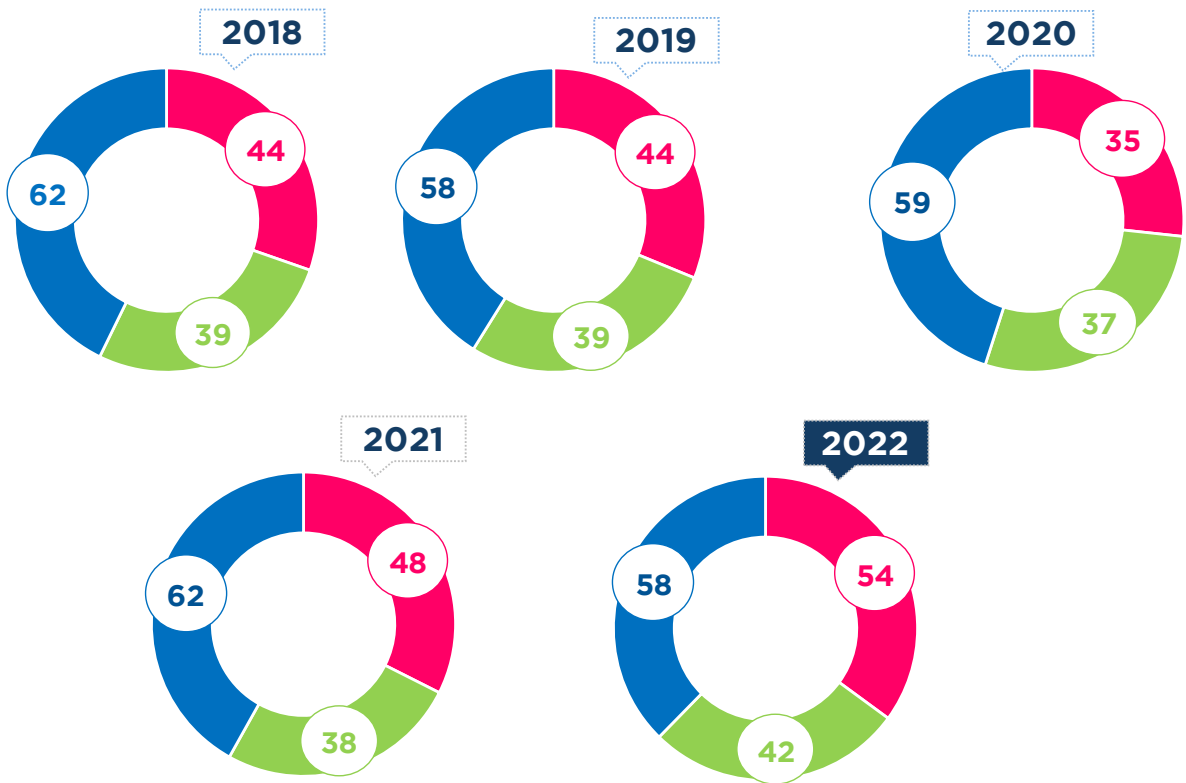
ESPECIALIZADA	50
TEMÁTICA	35
GENERALISTA	3

Tipologías de cadenas de televisión

En 2022, **3 de cada 4 canales de televisión están orientados a un género/especialidad concreta**. Solo 1 de cada 4 tiene programación generalista.



Oferta de canales por tipología (últimos cinco años)



Récord de canales especializados: han pasado de 35 a 54 **(+54%)** en apenas dos años. Fenómeno de los canales “pop-ups” (temporales) y una tendencia a la especialización (fijos).

Hábitos de consumo

según la tipología de televisión

Un total de **45,5 millones de espectadores únicos** han sintonizado a lo largo del año con algún canal temático o especializado. Esto supone una **cobertura del 99,4%** de la población española.



45,5 millones



En un contexto de mermas en el consumo diario de televisión, **el consumo de Televisión Temática y Especializada ha crecido.**



MINUTOS DIARIOS POR ESPECTADOR

(diferencia 2022 vs 2018)

TOTAL TELEVISIÓN



-14'

TELEVISIÓN GENERALISTA



-12'

TV TEMÁTICA Y ESPECIALIZADA



+1'

Hábitos de consumo

según la tipología de televisión

Crece el tiempo de consumo de **las series, el entretenimiento, los documentales y el deporte** entre quienes lo consumen de manera habitual.

En los últimos cinco años (respecto a 2018)...



✓ El **consumo entre los espectadores de series ha crecido el 23%**, de 73' a 80' diarios.



✓ El **consumo entre los espectadores de programas de entretenimiento ha crecido el 22%**, de 53' a 65' diarios.



✓ El **consumo entre los espectadores de documentales ha crecido el 18%**, de 47' a 55' diarios.



✓ El **consumo entre los espectadores de deportes ha crecido el 17%**, de 49' a 57' diarios.

Es decir, la Televisión Temática y Especializada logra **retener a sus espectadores**. El público habitual de este tipo de canales consume cada vez más tiempo.

Consumo en diferido

según la tipología de televisión

La naturaleza de la Televisión Temática y Especializada, en su mayoría canales de Pago, **empuja al consumo de contenidos en diferido**.

Esta modalidad de visionado aporta a esta tipología de televisión **un extra de audiencia** muy importante.



PESO DE LA AUDIENCIA EN DIFERIDO

(sobre la audiencia total de cada tipología)

TOTAL
TELEVISIÓN

3,6%

TELEVISIÓN
GENERALISTA

3,0%

TV TEMÁTICA Y
ESPECIALIZADA

5,5%



Si se toman solo los canales de Pago

17,5%

El visionado en diferido en los canales temáticos y especializados de Pago aporta casi un 20% de audiencia extra. Es decir, **1 de cada 5 de sus espectadores se incorpora a través del diferido**.

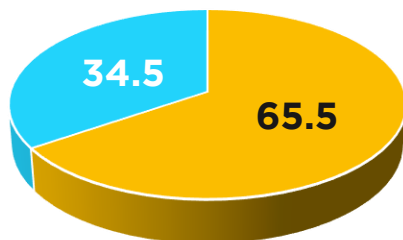
Consumo en diferido

según la tipología de televisión

1 de cada 3 minutos de consumo en diferido de televisión se hace **en algún canal de Pago**.

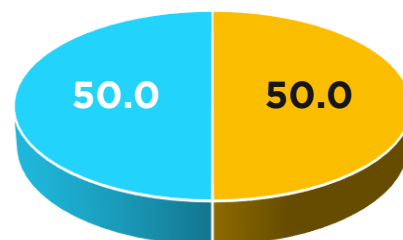
Además, la mitad del consumo en diferido corresponde a la Televisión Temática y Especializada.

Distribución de la audiencia en diferido



■ TV EN ABIERTO ■ TV DE PAGO

Distribución de la audiencia en diferido



■ TV GENERALISTA
■ TV TEMÁTICA/ESPECIALIZADA

La ficción es el género dominante dentro del consumo en diferido en televisión.

El 30% de todo el visionado en diferido

corresponde a canales con programación dedicada exclusivamente a la ficción (cine y series).

AMC, Paramount Network o DARK son ejemplos de este tipo de canales.

