

# PAY TV FACT SHEET

## MÉXICO 2018

L·A·M·A·C  
LATIN AMERICAN MULTICHANNEL  
ADVERTISING COUNCIL

### PENETRACIÓN DE TV PAGA<sup>1</sup>

50,5%

TOTAL

71,3%

NSE ALTO

54,1%

NSE MEDIO

40,3%

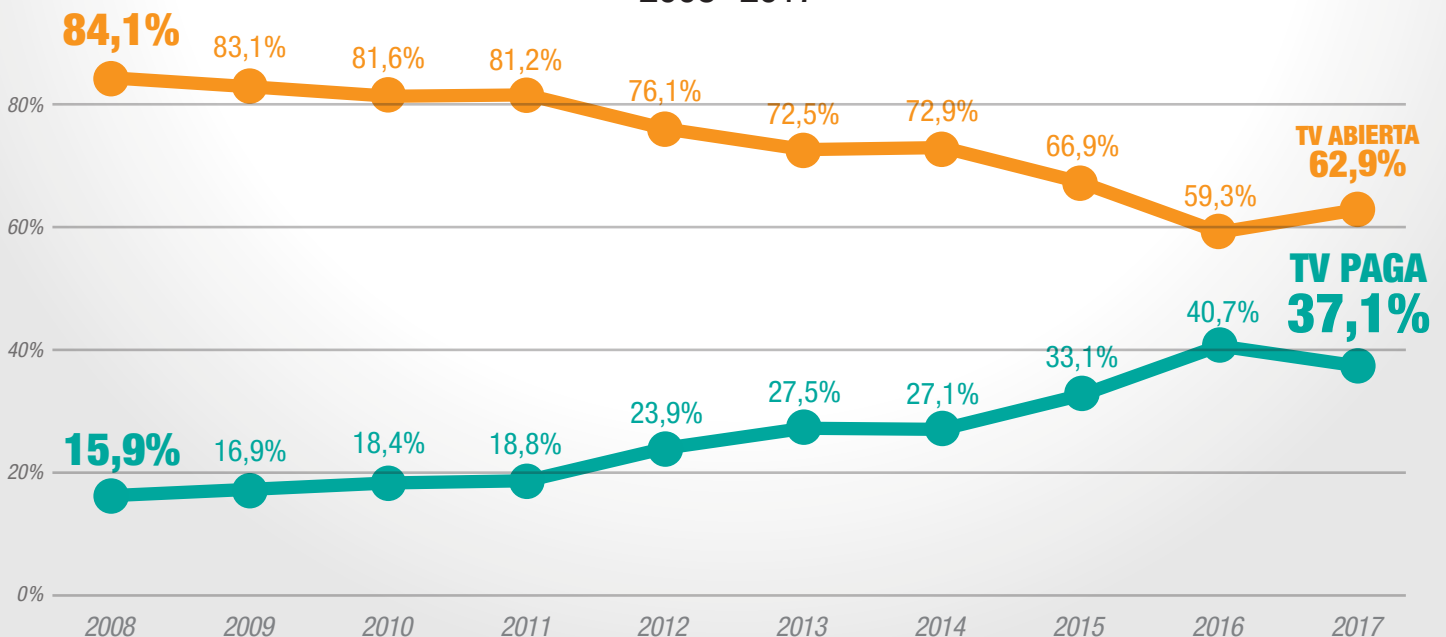
NSE BAJO

### La Audiencia de TV está cambiando en México

El Share de Audiencia de TV Paga ha venido en aumento, en los últimos 10 años pasó del **15,9%** al **37,1%**

### EVOLUCIÓN DEL SHARE DE AUDIENCIA (SOA)<sup>2</sup>

2008- 2017



L·A·M·A·C  
LATIN AMERICAN MULTICHANNEL  
ADVERTISING COUNCIL

Grupos miembros de LAMAC:

A+E  
NETWORKS

AMC NETWORKS  
INTERNATIONAL  
LATIN AMERICA

Discovery  
NETWORKS

FOX  
media

NBCUniversal  
INTERNATIONAL  
NETWORKS

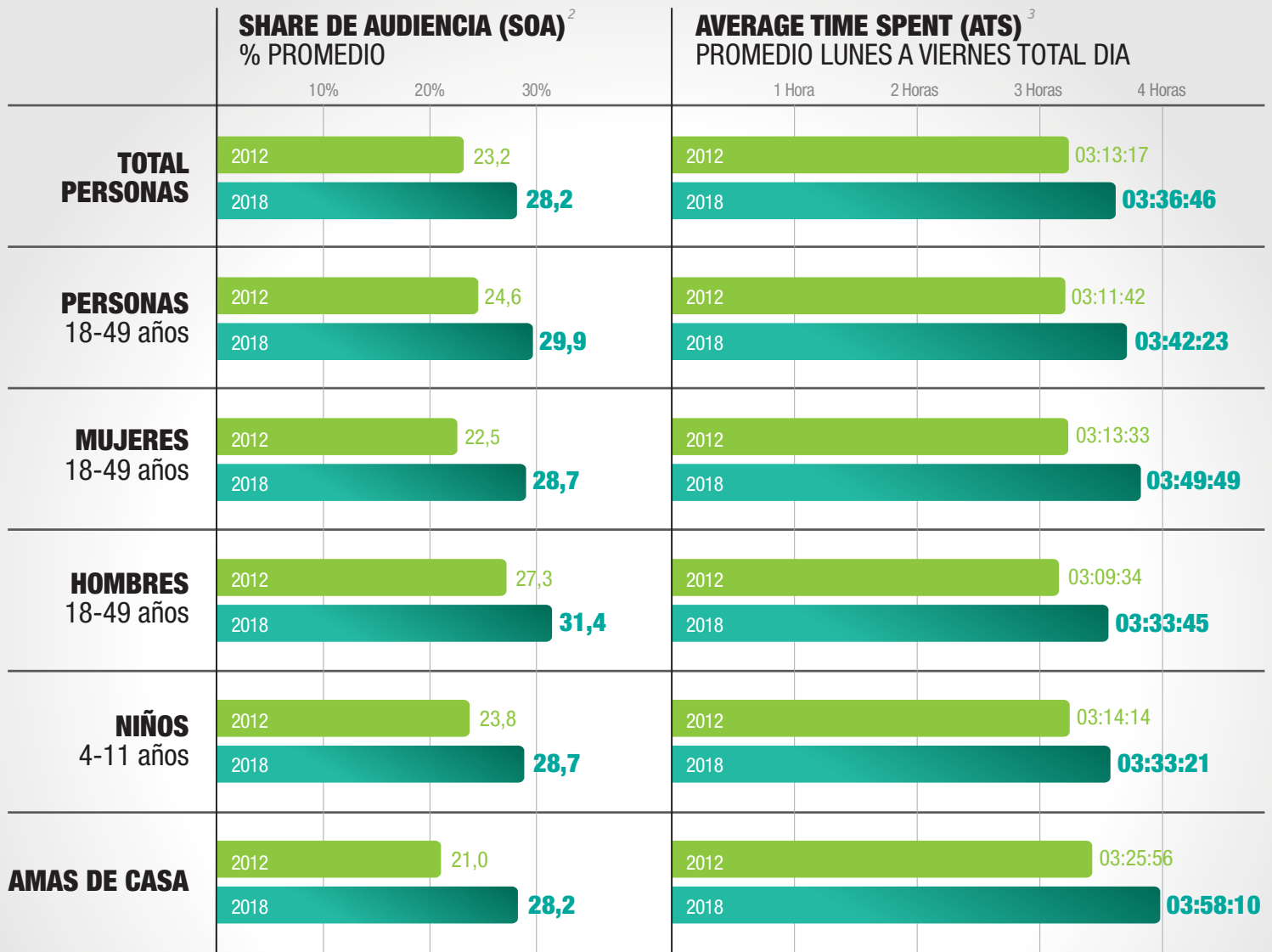
SONY  
PICTURES  
TELEVISION

turner

VIBCOM INTERNATIONAL  
THE AMERICAS MEDIA NETWORKS

# El consumo de TV Paga sigue creciendo en México

En los últimos 6 años, el Share de Audiencia (SOA) y el Average Time Spent (ATS) de TV Paga han crecido significativamente en los principales targets, **una razón más para que tu marca esté en TV Paga**



# 12%

**Creció el consumo de TV Paga (ATS) en los últimos 6 años**



**TIEMPO DE CONSUMO (ATS)<sup>3</sup>**

**03:36 HORAS AL DÍA**

2012: **03:13**

**FUENTE 1:** Kantar IBOPE Media, Universe Estimates 2018. **FUENTE 2:** Kantar IBOPE Media, datos México. Share promedio anual 2008-2017. Target total personas, total día, lunes a domingo. Share calculado manualmente excluyendo Others. **FUENTE 3:** Kantar IBOPE Media, datos México. Share y ATS por target, promedio enero-marzo 2012 y 2018, total día, lunes a domingo. Share calculado manualmente excluyendo Others.

Para más Información búscanos en: