

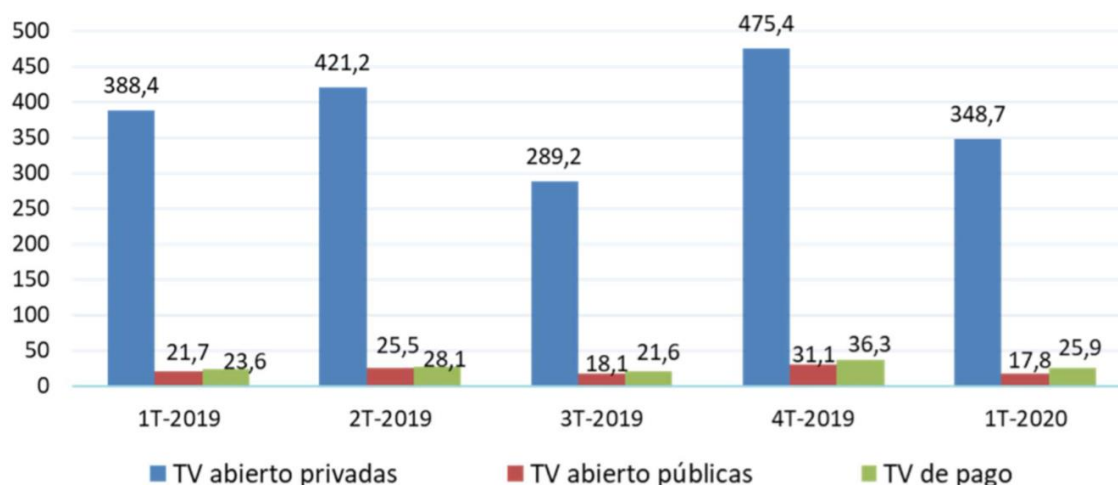
NOTA DE PRENSA

Los ingresos publicitarios en TV cayeron casi un 10% durante el primer trimestre de 2020

- El consumo promedio de televisión se situó en 3 horas y 51 minutos por persona y día, 20 minutos más por espectador/día con respecto al trimestre anterior.
- El inicio del estado de alarma a causa del COVID-19 podría explicar estos datos.
- El número de abonados a TV de pago alcanzó los 7,8 millones.

Madrid, 22 de octubre de 2020. - Los ingresos derivados de la publicidad en televisión alcanzaron los 392,4 millones de euros durante el primer trimestre de 2020, registrando una caída del 9,5% respecto al mismo periodo del año anterior. Este retroceso podría explicarse, en gran parte, por el inicio del estado de alarma decretado en España por la crisis del Covid-19. Son los últimos datos disponibles en el [portal CNMCData](#).

Ingresos publicitarios en TV (millones). Fuente CNMC



Los dos principales grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, concentraron el 84,4% de los ingresos de publicidad en televisión.

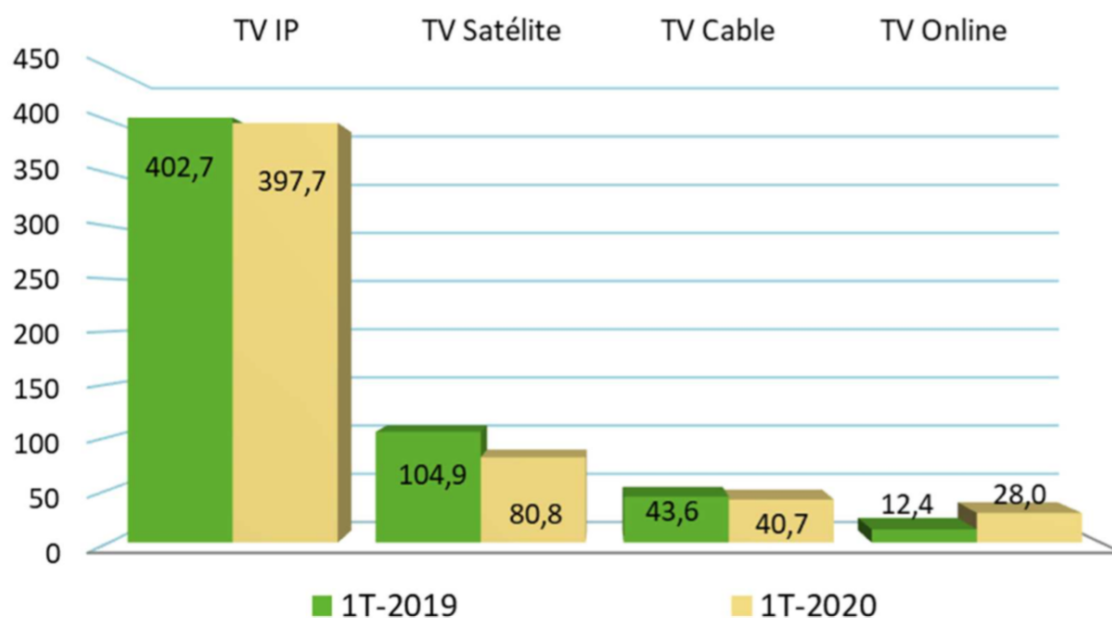
Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC. Las estadísticas se publican en el sitio CNMC y se pueden consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

TV de pago: ingresos y número de abonados

Durante el primer trimestre de 2020, la facturación de la TV de pago registró retrocesos prácticamente en todos los medios de transmisión.

La tele de pago por IP facturó casi 400 millones de euros, un 1,2% menos que en el año anterior, y se mantuvo como la tecnología con mayores ingresos. En segundo lugar, se situó la TV por satélite con 80,8 millones y un retroceso del 23%; y en tercer lugar, la TV por cable con 40,7 millones y una disminución del 6,6%.

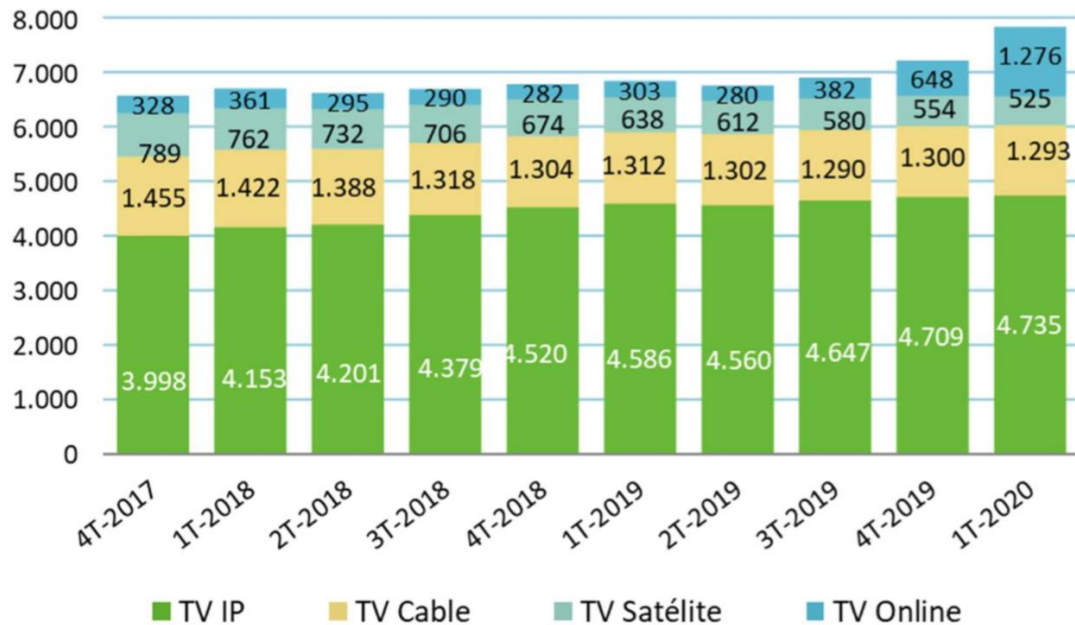
Ingresos TV de pago por tecnología (millones de euros). Fuente CNMC



En el primer trimestre de 2020, el total de abonados a TV de pago se situó en 7,8 millones; y las dos tecnologías con más usuarios fueron la TV IP (que se ofrece a través de las redes de fibra y de xDSL) con 4,7 millones de abonados, y la TV por cable con 1,3 millones.

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC. Las estadísticas se publican en el sitio CNMC y se pueden consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Número de abonados (millones). Fuente CNMC



Consumo

Por plataforma, el consumo de televisión tanto en abierto como de pago se repartió en un 75,1% para la TDT, el 1,7% para la televisión por satélite, y el 23,2% para las plataformas de TV Cable y TV IP. Si se comparan las cifras con años anteriores, se observa un progresivo retroceso en los datos de consumo de la TDT y sobre todo del satélite, frente al aumento que han experimentado los servicios de TV por Cable y TV IP. Esta redistribución está relacionada con el aumento de las suscripciones a televisión de pago en España, especialmente a través de las redes de fibra.

El consumo promedio de televisión se situó en 231 minutos (3 horas y 51 minutos) por persona y día. Estos datos reflejan **un aumento de 20 minutos por espectador/día con respecto al trimestre anterior**, y de 8 minutos con respecto al mismo trimestre de 2019.

Por grupos, Mediaset y Atresmedia se situaron como líderes, obteniendo 28,2 y 26,3 puntos de cuota de audiencia trimestral, respectivamente.

Los canales más vistos fueron Telecinco, Antena 3 y La 1, con unas audiencias del 14,2%, el 11,6% y el 9,8%, respectivamente.

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC. Las estadísticas se publican en el sitio CNMC y se pueden consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Cuota de pantalla por canal y grupo (porcentaje). Fuente: Kantar Media

Mediaset	28,2
Telecinco	14,2
Cuatro	5,7
FDF	2,6
Energy	2,4
Divinity	1,7
Boing	1
Be Mad	0,6
Atresmedia	26,3
Antena 3	11,6
La Sexta	7,4
Neox	2
Nova	2,2
Mega	1,5
Atreseries	1,5

Grupo CRTVE	15,9
La 1	9,8
La 2	2,7
Clan TV	1,7
24H	1,2
Teledporte	0,5
Grupo Vocento (NET TV)	2,6
Paramount Channel	1,8
Disney Channel	0,8
G. Unidad Editorial (VEOTV)	2,5
Discovery Max	1,6
GOL	0,9
13 TV	2,2
DKISS	0,9
Ten	0,4
Real Madrid TV	0,3
Resto Televisiones	20,4
<i>En "Resto" se incluyen TV Autonómicas, TV locales y TV de pago.</i>	

[CNMCData](#)

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC. Las estadísticas se publican en el sitio CNMC y se pueden consultar mediante el vínculo que figura en la nota de prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente.