

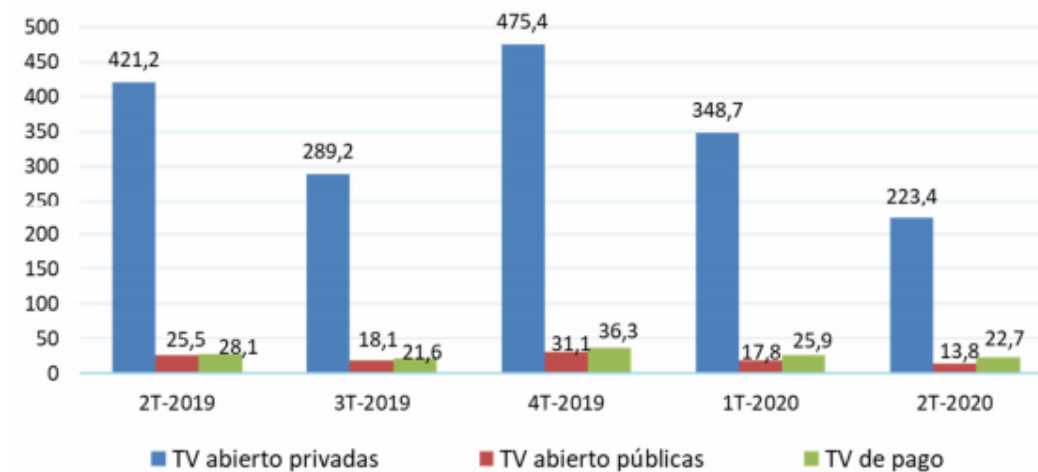
NOTA DE PRENSA

Los ingresos publicitarios en TV cayeron un 45% durante el segundo trimestre de 2020

- Coincidiendo con los meses de confinamiento, el consumo promedio de televisión creció hasta situarse en 4 horas y 6 minutos por persona y día.

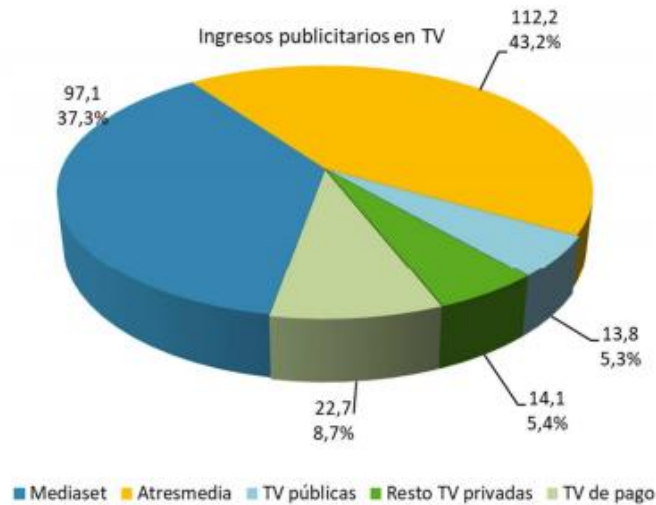
Madrid, 26 de noviembre de 2020. - Los ingresos derivados de la publicidad en televisión y radio alcanzaron los 318 millones de euros durante el segundo trimestre de 2020, registrando una caída histórica del 45% respecto al mismo periodo del año anterior. Este retroceso se explica por el estado de alarma 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 80% 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.



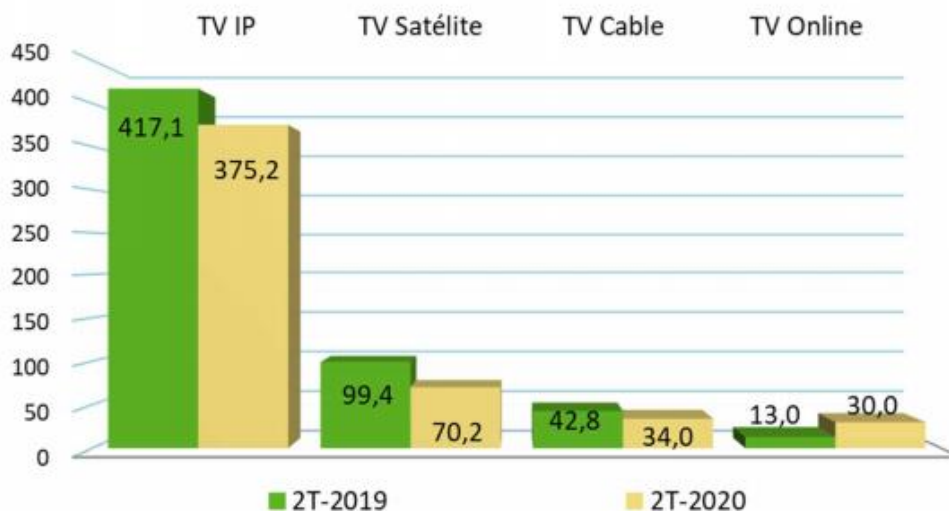
Fuente CNMC

TV de pago: ingresos y número de abonados

Durante el segundo 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 (transmitida por las redes xDSL o FTTH) facturó 375 millones de euros, un 10% 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 70 millones y un retroceso del 29%; y, en tercer lugar, la TV por cable con 34 millones y una disminución del 20%.

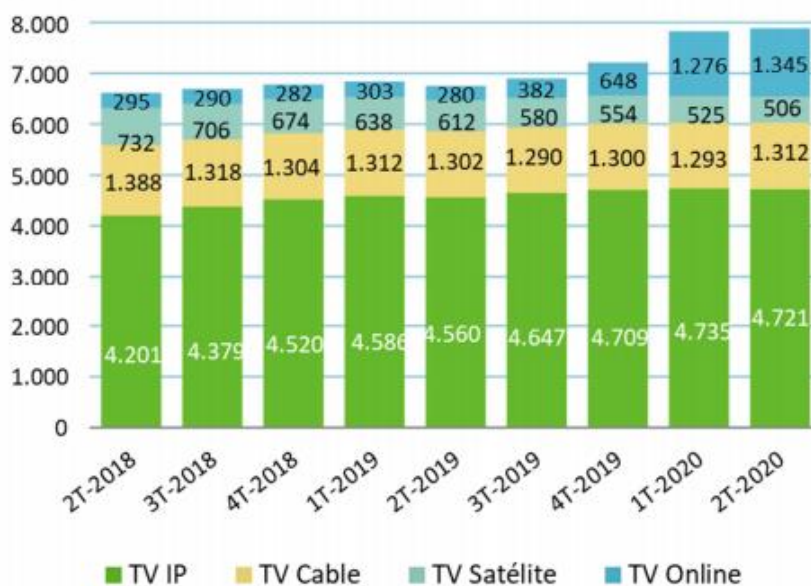
Ingresos TV de pago por tecnología (millones de euros). Fuente CNMC



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.

En el segundo trimestre de 2020, el total de abonados a la TV de pago alcanzó los 7,9 millones. La tecnología con más usuarios fue la TV IP, con 4,7 millones de abonados.

Número de abonados (miles). Fuente CNMC



Consumo

Durante el segundo trimestre, que coincidió con los meses de confinamiento, el consumo promedio de televisión aumentó a **246 minutos por persona y día** (4 horas y 6 minutos). Estos datos reflejan un aumento de 15 minutos por espectador/día con respecto al trimestre anterior y de 39 minutos con respecto al mismo trimestre de 2019.

Los canales más vistos fueron Telecinco, Antena 3 y La 1, con unas audiencias del 15,1%, el 10,9% y el 9,1%, respectivamente.

Por grupos Mediaset y Atresmedia se fueron los líderes, con 29,2 y 25,9 puntos de cuota de audiencia en el trimestre, 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	29,2	Grupo CRTVE	15
Telecinco	15,1	La 1	9,1
Cuatro	5,6	La 2	2,6
FDF	2,5	Clan TV	1,5
Energy	2,3	24H	1,3
Divinity	1,8	Teledporte	0,3
Boing	1,1	Grupo Vocento (NET TV)	2,6
Be Mad	0,7	Paramount Channel	1,9
Atresmedia	25,9	Disney Channel	0,8
Antena 3	10,9	G. Unidad Editorial (VEDTV)	2,4
La Sexta	7,5	Discovery Max	1,8
Neox	2,1	GOL	0,6
Nova	2,4	13 TV	2,4
Mega	1,5	DKISS	1,1
Atreseries	1,5	Ten	0,4
		Real Madrid TV	0,3
		Resto Televisiones	20,3
		En "Resto" se incluyen TV Autonómicas, TV locales y TV de pago.	

[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.