

NOTA DE PRENSA

ESTADÍSTICAS DE AUDIOVISUAL 4T 2020

La TV de pago supera la barrera de los 8 millones de abonados

- Los ingresos totales de los servicios de televisión cayeron cerca de un 10% en 2020.
- Los dos principales grupos de TV (Mediaset y Atresmedia) concentraron el 81% de los ingresos publicitarios en televisión en el último trimestre del año.

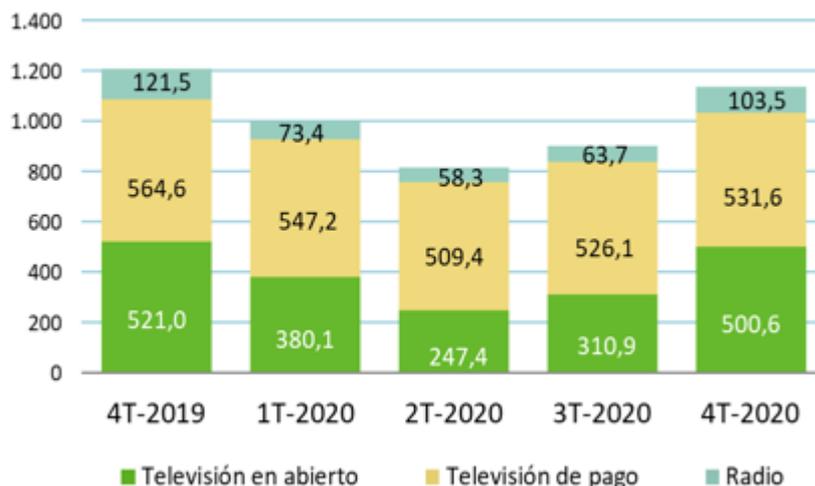
Madrid, 12 de abril de 2021.- Los ingresos totales de los servicios de televisión cayeron en 2020 cerca de un 10% respecto a 2019, según los datos de la estadística trimestral publicados en [CNMCData](#). Estos datos ofrecen una foto fija del sector audiovisual al finalizar 2020, un año marcado por la pandemia del COVID-19.

Ingresos del sector

El último trimestre del año cerró con unos ingresos totales de 500,6 millones de euros para la televisión en abierto y 531,6 millones de euros para la televisión de pago.

Ingresos de los servicios audiovisuales

(Millones de euros) Fuente: CNMC



Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

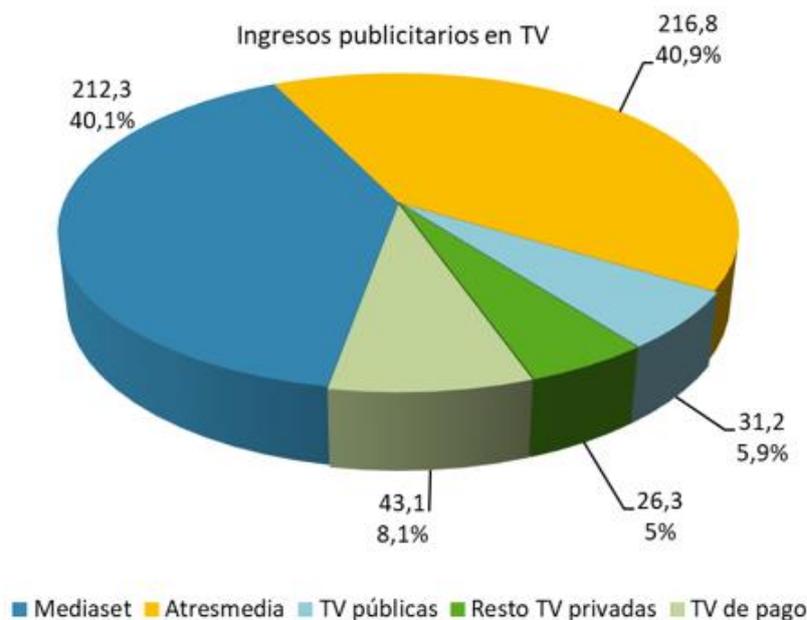
Las estadísticas se publican en el sitio CNMC y se puede acceder mediante el vínculo que figura en la nota de prensa

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Los ingresos derivados de la publicidad en televisión (incluyen publicidad convencional, patrocinios, televenta, telepromociones y emplazamiento de productos) fueron muy similares a los del cuarto trimestre del año anterior situándose en 530 millones de euros, con un retroceso interanual del 2,4% (muy lejos de la caída histórica del 45% del segundo trimestre de 2020 explicada por el estado de alarma decretado en España por la crisis del Covid-19).

Los mayores ingresos publicitarios en el trimestre fueron para Atresmedia con 216,8 millones de euros y el grupo Mediaset con 212,3 millones. Estos dos grupos de televisión, representaron conjuntamente el 81% de los ingresos de publicidad en televisión.

(Millones de euros y porcentaje) Fuente: CNMC



Abonados

La televisión de pago superó por primera vez la barrera de los 8 millones de abonados al finalizar 2020, tras aumentar un 13,6%, alcanzado los 8,2 millones; un millón de abonados más que el año anterior.

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC

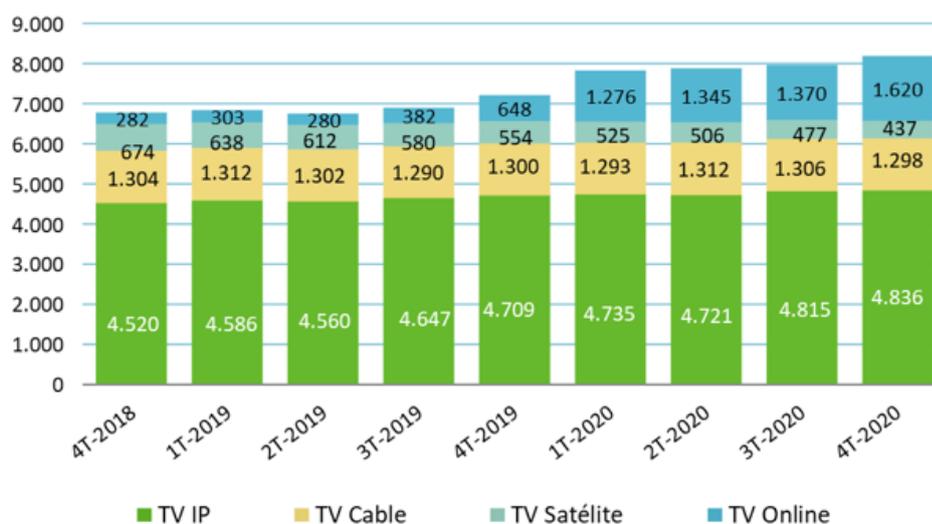
Las estadísticas se publican en el sitio CNMC y se puede acceder mediante el vínculo que figura en la nota de prensa

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

Según las estadísticas de la CNMC, un 78% de los usuarios tenía el servicio contratado de forma empaquetada.

Número de abonados (4T- 2020)

(Miles de abonados) Fuente: CNMC



Consumo de TV

Durante el cuarto trimestre de 2020, el consumo promedio de televisión fue de 222 minutos por persona y día situándose la media en 3 horas y 42 minutos. Estos datos reflejan un aumento de 37 minutos por espectador/día con respecto al trimestre anterior (que fue el trimestre de verano) y un aumento de 11 minutos con respecto al mismo trimestre de 2019.

El consumo de televisión (en abierto y de pago) se repartió en un 75,2% para la TDT, el 1,4% para la TV por satélite, y el 23,4% para las plataformas de TV por cable y TV IP.

Los canales más vistos fueron Telecinco, Antena 3 y La 1, con unas audiencias del 14,9%, el 12,9% y el 9,3%, respectivamente. Por grupos, Mediaset y Atresmedia fueron los líderes, con 28,1 y 27 puntos de cuota de audiencia en el trimestre, respectivamente.

Más datos en [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 puede acceder mediante el vínculo que figura en la nota de prensa

Reproducción permitida solo si se cita la fuente.