

ESTADÍSTICAS AUDIOVISUAL– 2T 2021

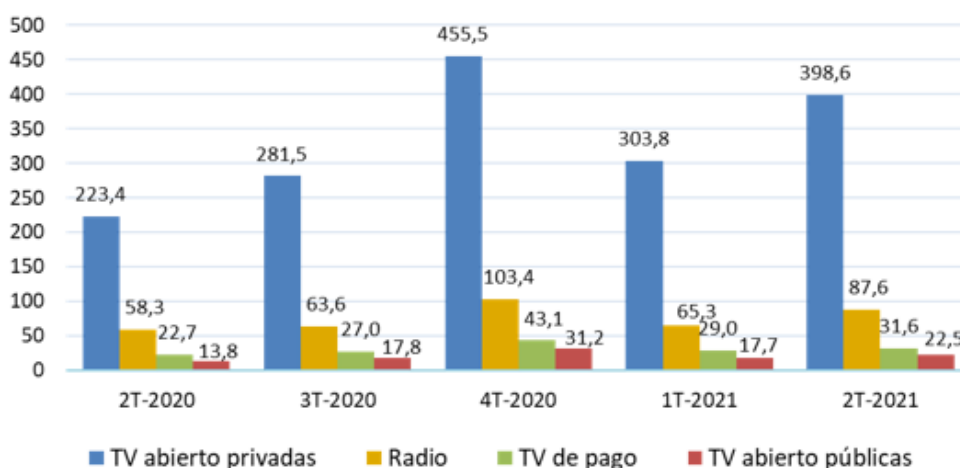
Los ingresos de la TV y la radio superaron los 1.000 millones de euros en el segundo trimestre de 2021, un 24% más.

- Además, las televisiones y radios facturaron un 70% más en publicidad en el segundo trimestre de 2021 (respecto al mismo periodo de 2020, en pleno confinamiento).
- Los dos principales grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, concentraron casi el 84% de los ingresos de publicidad en televisión.

Madrid, 1 de diciembre de 2021.- Los ingresos totales de los servicios de televisión y radio fueron en el segundo trimestre de 1.014,2 millones de euros (sin incluir subvenciones), con un crecimiento interanual del 24,4% (hay que recordar que el segundo trimestre del 2020 coincidió con el confinamiento), según los datos del segundo trimestre de 2021 disponibles en el [portal CNMCData](#).

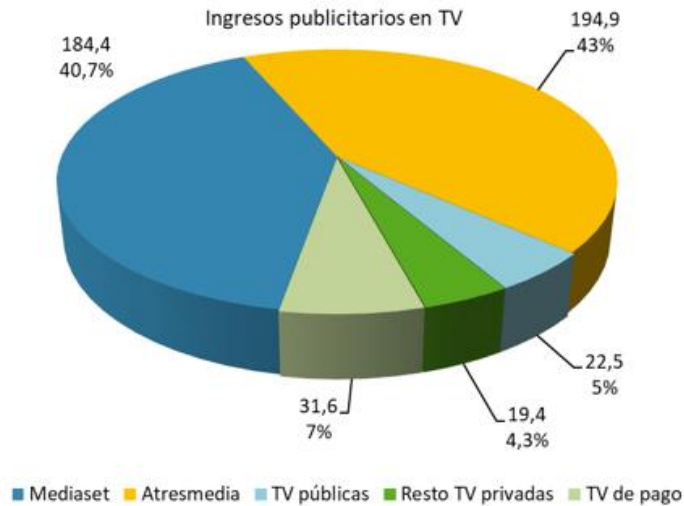
En particular, los ingresos derivados de la publicidad en televisión y radio se recuperaron y sumaron 540,3 millones de euros registrando una recuperación interanual de casi el 70% (tras la importante caída de los ingresos por publicidad durante el confinamiento).

Ingresos publicitarios en TV (millones). Fuente CNMC



Los dos principales grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, concentraron el 83,8% de los ingresos de publicidad en televisión.

Ingresos publicitarios en TV (millones de euros). Fuente CNMC

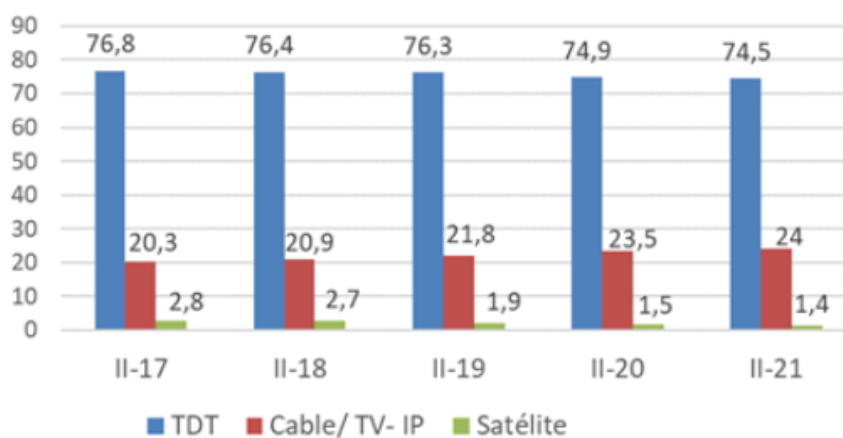


Consumo

Durante el segundo trimestre, el consumo promedio de televisión fue de 3 horas y 18 minutos por persona y día (29 minutos por espectador/día menos con respecto al trimestre anterior).

El consumo de televisión por TDT continuó por debajo del 75% (74,5%), frente al aumento de los servicios de TV por cable y TV IP (24%).

Audiencias por sistema de distribución. Fuente: Kantar Media



Los canales más vistos fueron Telecinco, Antena 3 y La 1, con unas audiencias del 16,1%, el 13,6% y el 8,2%, respectivamente.

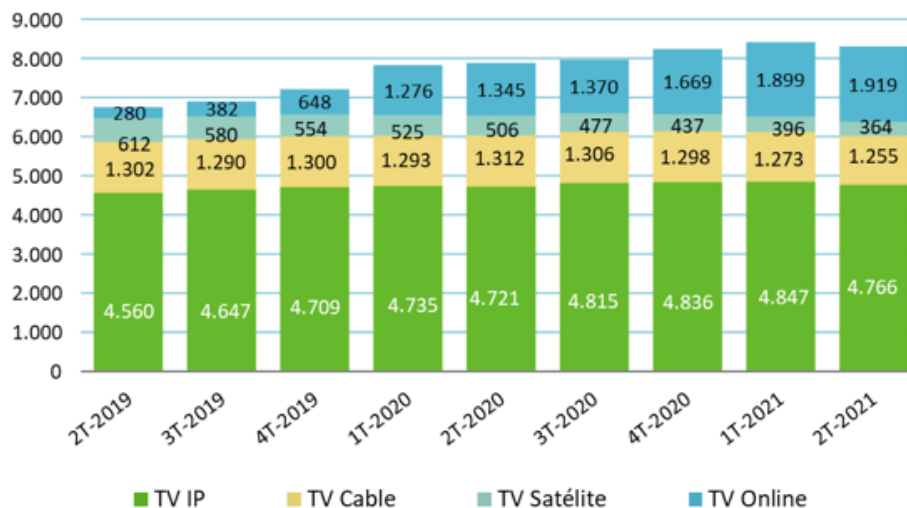
Por grupos, Mediaset y Atresmedia fueron los líderes, con 29,5 y 27,4 puntos de cuota de audiencia en el trimestre, respectivamente.

Abonados

El número de abonados a TV de pago y plataformas se situó en 8,3 millones, registrando un descenso de 111 mil abonados con respecto al trimestre anterior.

La tecnología con más usuarios fueron la TV IP (que se ofrece a través de las redes de fibra y de xDSL) con casi 4,8 millones de abonados.

(Miles de abonados) Fuente: CNMC



[CNMCData](#)