

ESTADÍSTICAS AUDIOVISUAL– 4T 2021

Los ingresos de la televisión se estabilizaron en 2021, con cifras similares a las de 2020

- Los dos principales grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, concentraron más del 80% de los ingresos por publicidad.

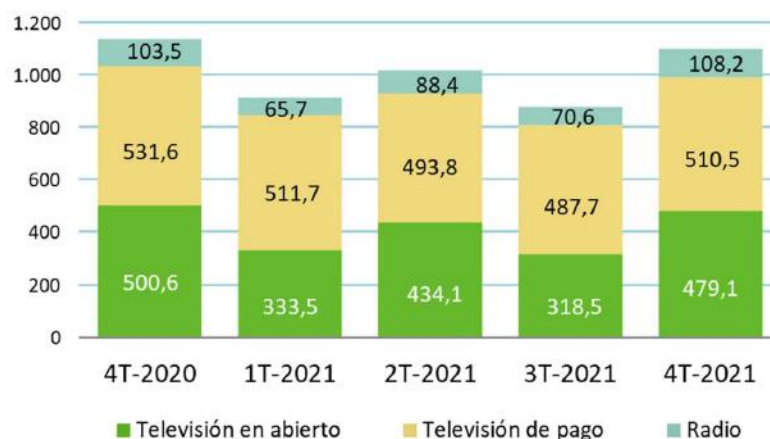
Madrid, 7 de abril de 2022.- El año 2021, con datos no consolidados agregando los cuatro trimestres, cerró con unos ingresos de los servicios audiovisuales muy similares a los de 2020. Tanto los ingresos de la televisión en abierto como los de la pago se mantuvieron estables, si bien, los ingresos de la radio cayeron un 3% con respecto al año anterior.

Son parte de los datos que acabamos de publicar y que se encuentran disponibles en el [portal CNMCDData](#).

En el cuarto trimestre de 2021, los ingresos totales de los servicios de televisión y radio sumaron 1.097,8 millones.

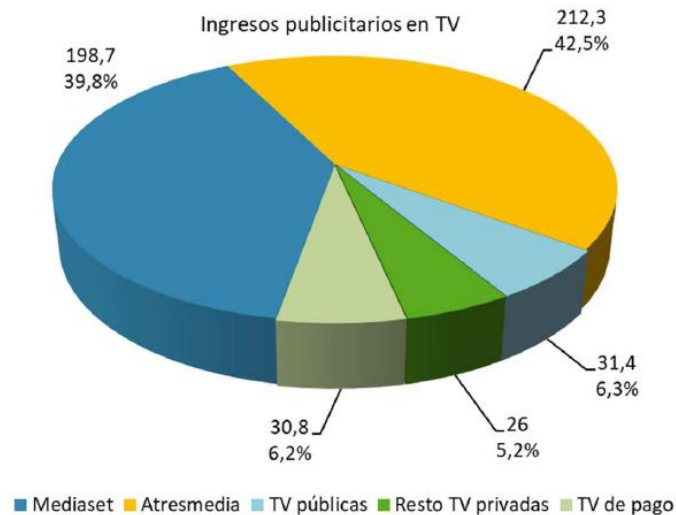
Ingresos de los servicios audiovisuales

(Millones de euros) Fuente: CNMC



Si nos fijamos en los ingresos publicitarios, los dos principales grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, representaron conjuntamente el 82,3% de los ingresos de publicidad en televisión. Este porcentaje fue del 87,8% si solo se tiene en cuenta el segmento de televisión en abierto.

(Millones de euros y porcentaje) Fuente: CNMC



En el cuarto trimestre, el número de abonados a TV de pago y plataformas de VoD se mantuvo en 8,3 millones, registrando una disminución de 41 mil abonados con respecto al trimestre anterior y un aumento del 0,8% con respecto al cuarto trimestre del año anterior.

La tecnología con más usuarios fue la TV IP (que se ofrece a través de las redes de fibra y de xDSL) con casi 5 millones de abonados.

Número de abonados

(Miles de abonados) Fuente: CNMC

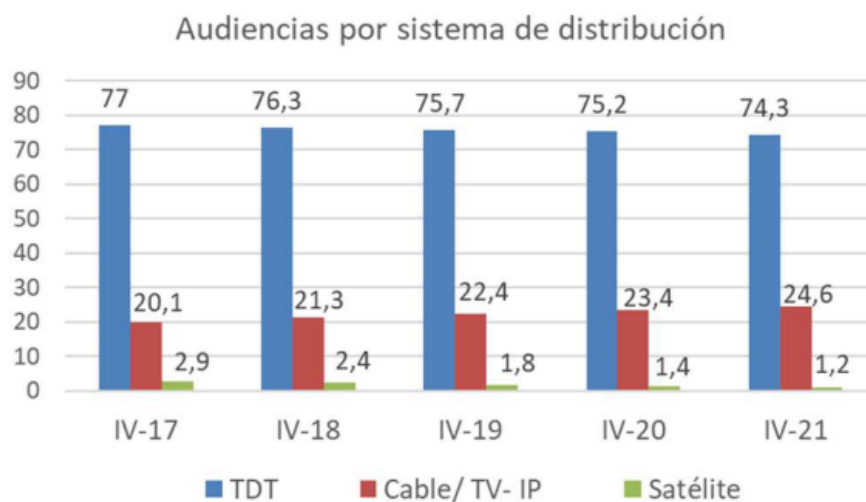


Consumo

El consumo promedio de televisión durante el cuarto trimestre se situó en 3 horas y 10 minutos por persona y día. Estos datos reflejan un aumento de 23 minutos por espectador/día con respecto al trimestre anterior (meses de verano) y 32 minutos menos con respecto al mismo periodo del año anterior (periodo en el que aún había restricciones relacionadas con la pandemia).

El consumo de televisión por TDT continuó por debajo del 75% (74,3%), frente al aumento de los servicios de TV por cable y TV IP (24,6%). Esta redistribución está relacionada con aumento de las suscripciones a televisión de pago a través de las redes de fibra.

(Porcentaje) Fuente: Kantar Media



Los canales más vistos fueron Telecinco, Antena 3 y La 1, con una audiencia del 13,9% los dos primeros y del 9,1% el tercero.

Por grupos, Atresmedia y Mediaset fueron los líderes, con 27,6 y 27,5 puntos de cuota de audiencia en el trimestre, respectivamente.

[CNMCData](#)