

ESTADÍSTICAS AUDIOVISUAL- 1T 2022

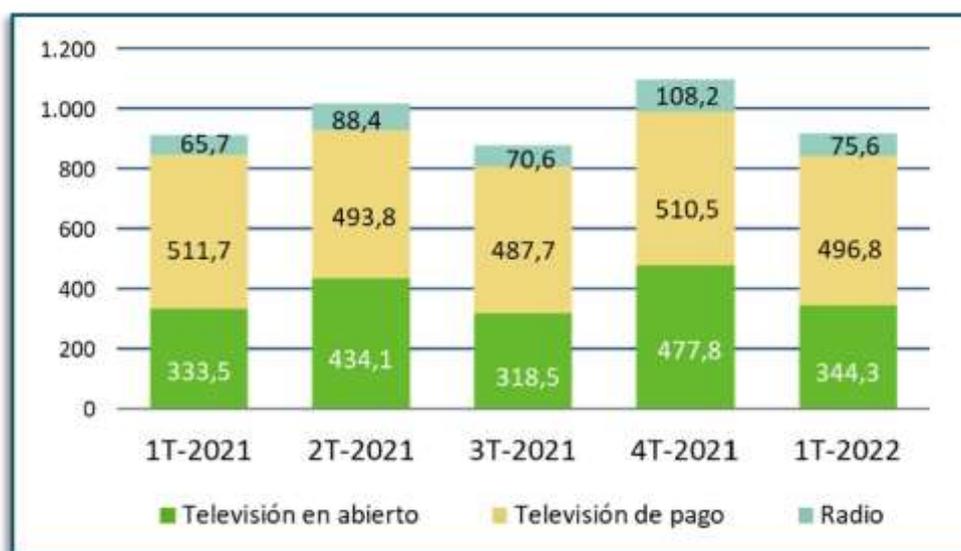
La televisión comenzó el año con unos ingresos estables

- Los dos principales grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, concentraron el 87,7% de los ingresos de publicidad en la televisión en abierto.
- El número de abonados a la televisión de pago alcanzó los 9,2 millones¹

Madrid, 13 de octubre de 2022.- Los ingresos de la televisión se mantuvieron estables durante el primer trimestre de 2022, si bien, los ingresos de televisión de pago retrocedieron un 2,9% con respecto al año anterior (con una facturación de 496,8 millones de euros), mientras la televisión en abierto creció un 3,3% interanual (anotando unos ingresos de 344,3 millones de euros).

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

Ingresos de los servicios audiovisuales



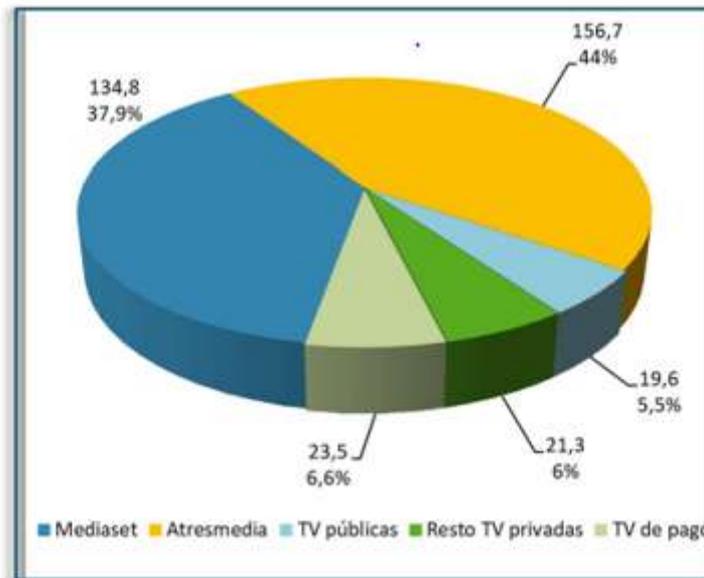
Millones de euros. Fuente: CNMC

¹ No se incluyen datos de los abonados de Netflix, Amazon Prime Video, HBO y Disney+.

INTERNA

Si nos fijamos en los ingresos publicitarios, los dos principales grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, representaron conjuntamente el 81,9% de los ingresos de publicidad en televisión. Este porcentaje fue del 87,7% si solo se tiene en cuenta el segmento de televisión en abierto.

Ingresos publicitarios en TV. Millones de euros y porcentaje.



En lo que respecta a **número de abonados**, se situaron en 9,2 millones, registrando un aumento interanual del 7,7%. La televisión con tecnología IP (a través de las redes de fibra y de xDSL) continuó siendo la opción mayoritaria, superando los 5 millones de abonados.

Durante el primer trimestre, el **consumo** promedio de televisión fue de 3 horas y 16 minutos por persona y día, con un descenso de 31 minutos por espectador/día con respecto al año anterior.

Por **plataforma**, el consumo de televisión se repartió en un 74% para la TDT, el 24,9% para las plataformas de TV cable y TV IP y el 1,1% para la televisión por satélite.

Los **canales** más vistos fueron Antena 3, Telecinco y La 1, con una audiencia del 14,2% el primero, del 12,8% el segundo y del 8,5% el tercero. Por grupos Atresmedia y Mediaset fueron los líderes, con 28,7 y 26,4 puntos de cuota de audiencia en el trimestre, respectivamente.

[CNMCData](#)

INTERNA