

## ESTADÍSTICAS AUDIOVISUAL– 2T 2022

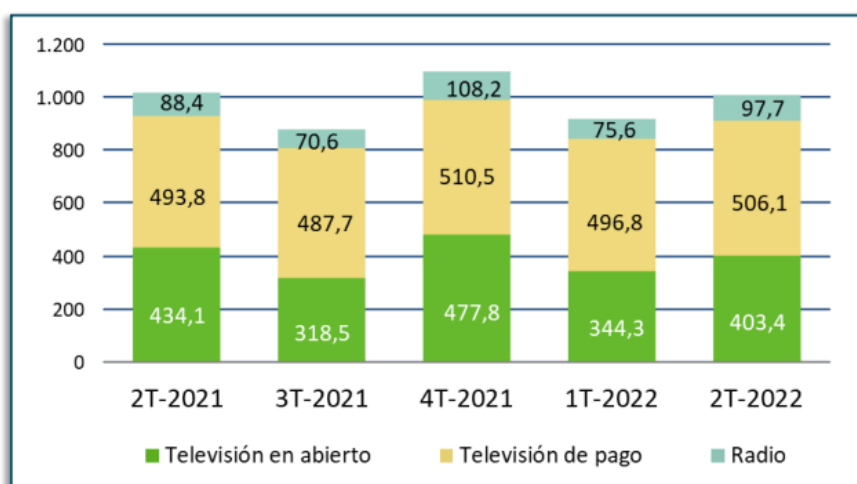
**Los ingresos de la televisión de pago crecieron un 2,5% con respecto al año anterior, mientras que la televisión en abierto facturó un 7,1% menos**

- Los dos principales grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, concentraron el 82,5% de los ingresos de publicidad en televisión.
- El número de abonados a la televisión de pago alcanzó los 9,1 millones<sup>1</sup>. La televisión con tecnología IP (a través de las redes de fibra y de xDSL) superó los 5 millones de abonados.

**Madrid, 24 de noviembre de 2022.-** Cara y cruz para los ingresos de la televisión en el segundo trimestre de este año: mientras que los ingresos de la televisión de pago crecieron un 2,5% con respecto al año anterior hasta los 506,1 millones de euros, la televisión en abierto facturó un 7,1% menos, registrando unos ingresos de 403,4 millones de euros.

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

### Ingresos de los servicios audiovisuales

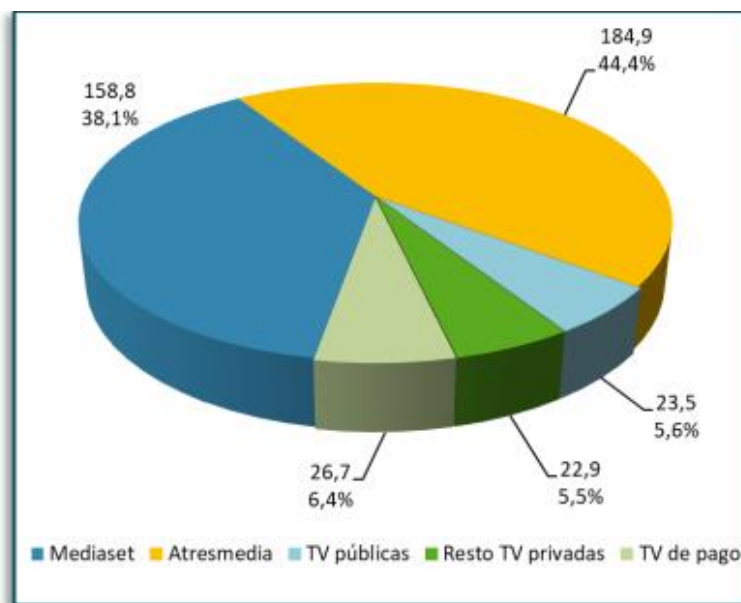


<sup>1</sup> No se incluyen datos de los abonados de Netflix, Amazon Prime Video, HBO y Disney+.

INTERNA

Si nos fijamos en los ingresos publicitarios, los dos principales grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, representaron conjuntamente el 82,5% de los ingresos de publicidad en televisión. Este porcentaje fue del 88,1% 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 9,1 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 2 horas y 53 minutos por persona y día, con un descenso de 23 minutos por espectador/día con respecto al año anterior.

Por **plataforma**, el consumo de televisión se repartió en un 74,5% para la TDT, el 24,6% para las plataformas de TV cable y TV IP y el 0,9% para la televisión por satélite.

Los **canales** más vistos fueron Antena 3, Telecinco y La 1, con una audiencia del 13,6% el 12,8% y el 8,7%, respectivamente. Por grupos, Atresmedia y Mediaset fueron los líderes, con 27,4 y 26,4 puntos de cuota de audiencia en el trimestre, respectivamente.

[CNMCData](#)

INTERNA