

## ESTADÍSTICAS AUDIOVISUAL– 3T 2021

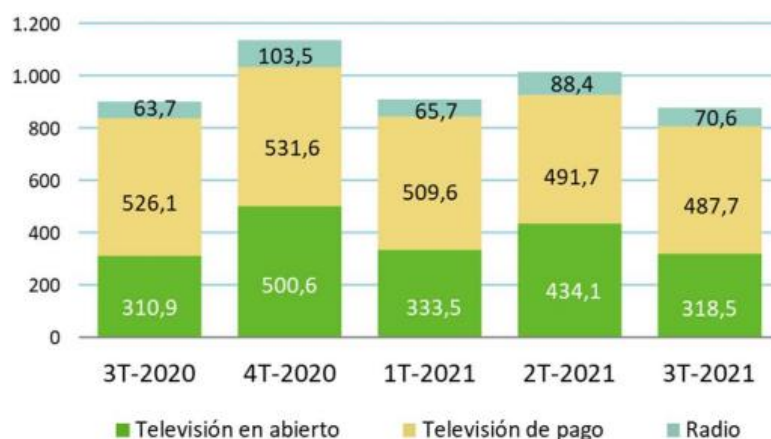
### Los ingresos de la televisión se mantienen estables

- Los dos principales grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, concentraron el 88% de los ingresos de publicidad en la televisión en abierto.
- El número de abonados a la televisión de pago se estabiliza, con 8,3 millones.

**Madrid, 11 de febrero de 2022.-** Los **ingresos** de la televisión se mantuvieron estables durante el tercer trimestre de 2021, si bien, los ingresos de televisión de pago retrocedieron un 7,3% con respecto al año anterior (con una facturación de 487,7 millones de euros), mientras la televisión en abierto creció un 2,5% interanual (anotando unos ingresos de 318,5 millones de euros). Son parte de los datos que acabamos de publicar y que se encuentran disponibles en el [portal CNMCData](#).

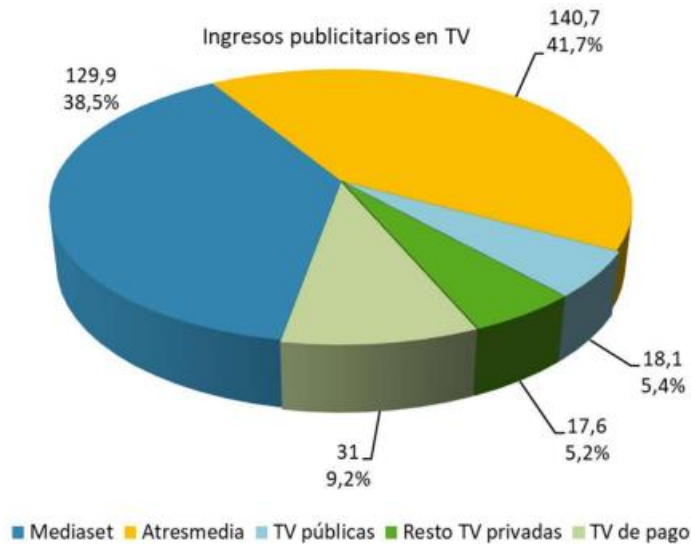
### Ingresos de los servicios audiovisuales

(Millones de euros) Fuente: CNMC



Si nos fijamos en los ingresos publicitarios, los dos principales grupos de televisión, Mediaset y Atresmedia, representaron conjuntamente el 80,2% de los ingresos de publicidad en televisión. Este porcentaje fue del 88,4% si solo se tiene en cuenta el segmento de televisión en abierto.

(Millones de euros y porcentaje) Fuente: CNMC



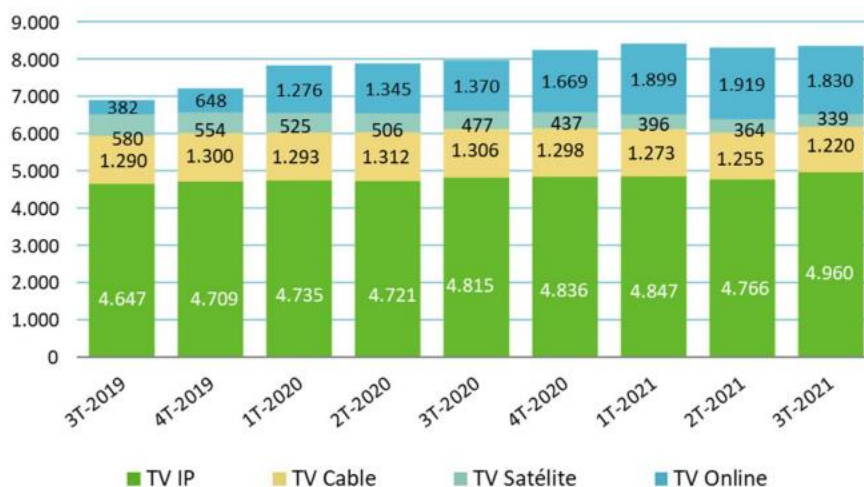
En lo que respecta a **número de abonados**, las cifras se han estabilizado para la televisión de pago. Después de un ligero descenso en el trimestre anterior, en este tercer trimestre de 2021 se sumaron 46 mil abonados nuevos.

En concreto, el número de abonados a TV de pago y plataformas de VoD se situó en 8,3 millones.

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

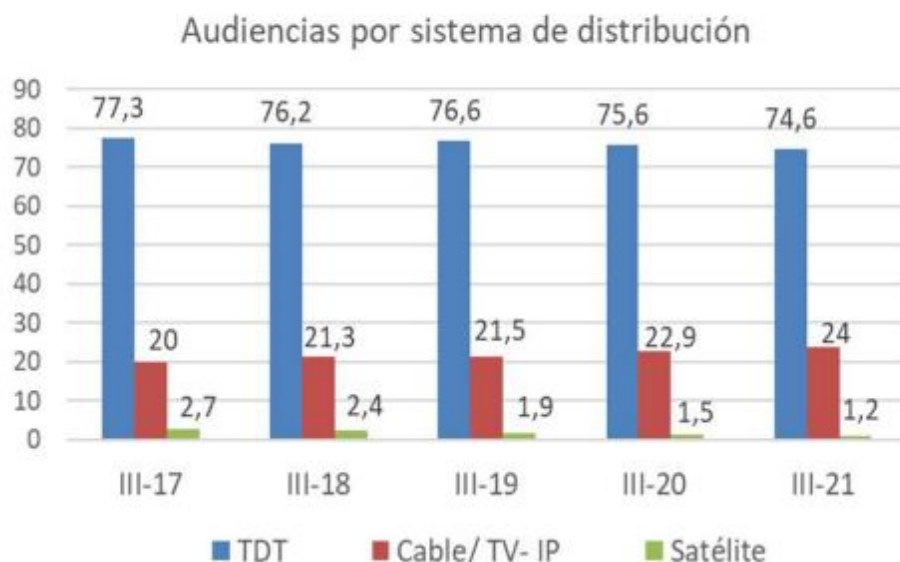


## Consumo

Durante el tercer trimestre, el consumo promedio de televisión fue de 2 horas y 47 minutos por persona y día. Estos datos reflejan un descenso de 31 minutos por espectador/día con respecto al trimestre anterior.

El consumo de televisión por TDT continuó por debajo del 75% (74,6%), frente al aumento de los servicios de TV por cable y TV IP (24%). 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 unas audiencias del 14,7%, el 13,4% y el 8,7%, respectivamente.

Por grupos Mediaset y Atresmedia fueron los líderes, con 28,5 y 26,5 puntos de cuota de audiencia en el trimestre, respectivamente.

[CNMCData](#)