

ENTORNO

La TV también sufre con el Covid-19: reduce ingresos en el primer trimestre por primera vez desde 2014

Movistar se mantiene como el principal operador por número de abonados, con cuatro millones de suscriptores, y por ingresos, aunque los ha reducido un 5,5%.

Palco23
22 oct 2020 - 16:00



Ni siquiera el sector audiovisual esquiva el golpe del coronavirus. En el primer trimestre, los ingresos de televisión en abierto, televisión de pago y radio, excluyendo subvenciones, se redujeron un 7,1%, en el que supone el primer descenso en un primer trimestre desde 2014, según datos publicados hoy por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc).

El sector audiovisual facturó 1.001 millones de euros en el periodo. Incluyendo los ingresos por subvenciones, la facturación del sector audiovisual en España se situó en 1.463,2 millones de euros en el primer trimestre.

La radio fue la que sufrió un mayor golpe, con una caída del 10,2%, seguida por la televisión en abierto, con un descenso del 10,1%, y la televisión de pago, con un descenso interanual del 2,9%. Esta última continúa copando el grueso de los ingresos, con 547,2 millones de facturación entre enero y marzo.

En cambio, el número de abonados en la televisión privada se ha disparado un 14,5%, hasta 7,8 millones de personas. Se trata del mayor incremento en este periodo desde el primer trimestre de 2015.

Movistar se mantuvo como el mayor proveedor de servicios audiovisuales de España por ingresos. La compañía, que controla los derechos del fútbol, facturó 413,6 millones de euros en el primer trimestre, lo que supuso una caída individual del 5,5%.

Con todo, fue el operador que menos redujo su facturación, sólo por detrás de Vodafone, que encogió sus ingresos un 0,7%. El segundo mayor *player* audiovisual del país es Atresmedia, con unos ingresos de 170,3 millones y un descenso del 10,2%, y Mediaset, con una facturación de 163 millones, un 9,7% menos.

Movistar es también el principal operador de pago por número de abonados, con cuatro millones de suscriptores, seguido de lejos por Vodafone, que tras renunciar al fútbol suma 1,4 millones de abonados. Orange, Euskatel, TeleCable y R completan el ránking.

Tres horas de tele al día

El consumo promedio de televisión se situó en 231 minutos (3 horas y 51 minutos) por persona y día. Estos datos reflejan un aumento de 20 minutos por espectador y día con respecto al trimestre anterior, y de ocho minutos con respecto al mismo trimestre de 2019. Por grupos, Mediaset y Atresmedia se situaron como líderes, obteniendo cuotas del 28,2% y del 26,3%, respectivamente. Los canales más vistos fueron Telecinco, Antena 3 y La 1, con unas audiencias del 14,2%, el 11,6% y el 9,8%, respectivamente.

Por plataforma, el consumo de televisión tanto en abierto como de pago se repartió en un 75,1% para la TDT, el 1,7% para la televisión por satélite, y el 23,2% para las plataformas de televisión por cable e IP.

En los últimos años, la TDT y, especialmente, el satélite, ha ido perdiendo peso en favor de la televisión por cable e IP. Esta redistribución está relacionada con el aumento de las suscripciones a televisión de pago en España, especialmente a través de las redes

| de fibra.