

28 de diciembre de 2020

La TV en Abierto cierra un año histórico, con casi 4 horas diarias de consumo y como el medio líder en información y entretenimiento

Para el presidente de UTECA, Eduardo Olano, “en medio de la gravísima situación sanitaria y económica que estamos viviendo, cerramos un año histórico que demuestra la cercanía de la TV en Abierto con la ciudadanía, además de su influencia y credibilidad”

Los meses de Abril y Marzo son los de mayor consumo de la historia de la TV, con diez días copando el TOP Ten desde 1992

Entre los 13 y 24 años crece un 5% el tiempo dedicado a ver la televisión, y un 6% entre los 35 a 44 años

Los ciudadanos hemos pasado el 2020 pegados a la televisión, mientras asistíamos atónitos y confinados a la extensión de una pandemia que no paraba de crecer. Así se desprende de los datos de consumo sobre la TV en Abierto en 2020, con varios meses y días como los de más consumo desde 1992, cuando empezaron a medirse las audiencias.

En lo que llevamos de año, hasta el 27 de diciembre, **la media de consumo por persona y día es de 237 minutos** (3 horas y 57 minutos), **15 minutos más que en 2019**. Si sumamos la segunda residencia, alcanza los 240 minutos. Todas las franjas de edad han aumentado el tiempo dedicado a ver la televisión. Entre los 13 y 24 años ha aumentado un 5%, porcentaje que sube al 6% entre los 35 y 44 años, y un 7% de 45 a 54 años. De 25 a 34 años también crece, en este caso un 2%.

Más de 31,2 millones de ciudadanos han visto cada día la Televisión durante 2020, 200.000 más que en 2019. La tendencia creciente comenzó a vislumbrarse en la primera quincena de marzo, disparándose a máximos a partir del 14 de marzo, coincidiendo con la declaración del primer estado de alarma. La curva se ha mantenido en niveles muy altos todo el año. Han sido diez meses en los que las cifras han refrendado la primacía de la Televisión en Abierto.



Abril es ya el mes con más consumo de televisión de la historia, con 5 horas y 2 minutos de visionado diario por persona; le sigue marzo, que cerró con una media de 4 horas y 44 minutos. **Entre la primera y la segunda quincena de marzo se produce el gran salto. En solo 15 días, crece un 34%**, pasando de 240 a 321 minutos por persona y día. La atención sobre la televisión se ha mantenido al alza desde que comenzó la pandemia, como lo demuestran los crecimientos sobre 2019 experimentados en marzo (+22%), abril (+30%) y mayo (+16%). En lo que llevamos de diciembre, el incremento sobre diciembre 2019 es del 6%.

De este gran consumo se han beneficiado también los anunciantes, con un recuerdo de marca que asciende al 37,6% de enero a noviembre. La segunda ola del Barómetro 2020 sobre la percepción de la Televisión en Abierto confirmó el liderazgo del medio como soporte publicitario. Entre los resultados, a destacar que un 65,6% creen que la marca anunciada en TV genera más confianza, seguida de la Prensa y la Radio, mientras que para el 78,3% es el mejor canal para recordar los anuncios.

Valoración Eduardo Olano, presidente de UTECA

Para el presidente de UTECA, Eduardo Olano, “ha sido un año difícil para la Televisión en Abierto por la caída de la inversión, pese al liderazgo del medio como soporte publicitario”. Pero a la vez, continúa, “en medio de la gravísima situación sanitaria y económica que estamos viviendo, cerramos un año histórico que demuestra la cercanía de nuestro modelo de televisión con la ciudadanía, además de la influencia y la credibilidad”.

Olano recuerda la “altísima valoración” alcanzada por la Televisión en Abierto en 2020, que es considerada “un bien de interés general por un 91% de los encuestados y el medio preferido para informarse cada día para un 81,5%”, según datos del Barómetro 2020.

Respecto a los anunciantes, **el presidente de UTECA** señala que “**es momento de agradecer la confianza a las marcas que mantuvieron su inversión en los momentos más duros, y de dar la bienvenida a las que han vuelto en los últimos meses o han descubierto el medio**, atraídas por la cobertura y los valores asociados”.

Sobre UTECA

Constituida en 1998, representa y defiende los intereses comunes de las televisiones comerciales en abierto en el ámbito nacional, comunitario e internacional. Forman parte de UTECA Atresmedia, DKISS, Net TV, Real Madrid TV, TEN, TRECE y VEO TV. Los asociados gestionan 14 canales de Televisión Digital Terrestre.

Unión de Televisión Comerciales en Abierto
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

mpenedo@uteca.tv

prensa@uteca.tv

[91 752 05 79](tel:917520579)

