

5 de octubre de 2021

NOTA DE PRENSA

El sector audiovisual catalán factura 6.702 millones de euros y ofrece empleo a 26.651 trabajadores, según el Informe sobre el audiovisual en Cataluña 2020

- El segmento más destacado es del entretenimiento audiovisual (3.869 millones de euros), seguido del segmento de la comunicación-publicidad (2.414 millones) y del de los medios de comunicación (419 millones)
- El descenso del consumo a causa de la Covid-19 afectó profundamente al sector de la publicidad a lo largo de 2020, con bajadas para todos los medios audiovisuales
- La pandemia provocó el aumento de la contratación de servicios de televisión de pago en *streaming*. La plataforma líder fue Netflix, con 1.500.600 hogares abonados
- Cataluña cuenta con 262 emisoras de radio en FM y 92 canales de TDT
- La cadena de televisión más vista en Cataluña en 2020 fue TV3, con un liderazgo por undécimo año consecutivo y que mantuvo con el 14,6% de *share*. La siguieron Telecinco (11,0%) y Antena 3 TV (9,0%)
- La media de tiempo de consumo de radio por persona fue de 192 minutos diarios durante el 2020, un 92% más que durante 2019

El Informe sobre el audiovisual en Cataluña 2020, elaborado por el Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC), muestra que el sector audiovisual catalán facturó 6.702 millones de euros y estaba formado por 1.102 empresas, que daban empleo a 26.651 trabajadores.

Los datos hacen referencia al sector audiovisual como un macrosector formado por varios segmentos de negocio con cadena de valor propia, de los que destacan tres segmentos de negocio principales: los **medios de comunicación**

(noticias de radio y televisión, redes sociales y prensa digital), el **entretenimiento audiovisual** (películas de cine y de televisión, series de televisión y videojuegos) y la **comunicación-publicidad** (spots, marketing digital, *branded content*, vídeos corporativos y páginas web).

El informe del CAC señala que, de los 6.702 millones de euros de facturación, 3.869 millones pertenecen al segmento del entretenimiento audiovisual, seguido de la comunicación-publicidad con 2.414 millones de euros. En tercera posición se encuentran los medios de comunicación (419 millones de euros).

En cuanto a número de empresas, el segmento líder en 2020 fue el de la comunicación-publicidad (656 empresas con sede social o con actividad relevante en Cataluña), seguido del segmento del entretenimiento, con 406 empresas, y del segmento de los medios de comunicación, con 40 empresas.

En cuanto al número de trabajadores, el segmento del entretenimiento audiovisual volvía a ocupar la primera posición (14.102 trabajadores), seguido del segmento de la comunicación-publicidad (9.254) y de los medios de comunicación (3.295 trabajadores).

Estos datos están extraídos del informe *El sector audiovisual a Catalunya. Actualització estratègica*, elaborado por la Dirección General de Industria del Departamento de Empresa y Conocimiento de la Generalitat en colaboración con el Clúster Audiovisual de Catalunya y con el trabajo de la consultora Cluster Development. Este estudio, realizado durante el periodo 2019-2020, fue presentado en noviembre de 2020 y ha sido incorporado al Informe sobre el audiovisual en Cataluña 2020 del CAC.

El informe del CAC señala que en Cataluña la **industria del videojuego** tiene una importancia relevante. Está formada por muchas pymes pequeñas, pocas empresas locales grandes y varias corporaciones internacionales de videojuegos que han situado sus centros de desarrollo en Barcelona, viendo la riqueza en recursos humanos especializados y un entorno tecnológico (TIC) favorable y muy relacionado con el audiovisual.

En este sentido, en diciembre de 2020 el Govern presentó el proyecto "Cataluña, motor de la innovación audiovisual i del videojoc del sud d'Europa" con el objetivo de convertirse en un centro de referencia de investigación y producción para los sectores audiovisual y de contenidos digitales en Cataluña.

En cuanto a los **medios tradicionales** (radio en FM y televisión en TDT), en Cataluña operaban 262 emisoras de radio y 92 canales de televisión, según los datos del Registro de prestadores de los servicios de comunicación audiovisual de Cataluña del CAC, consultados en diciembre de 2020.

Cabe consignar que, en noviembre de 2020, el CAC abrió un **concurso público** para la adjudicación de seis licencias de titularidad privada para la prestación de servicios de radio en FM. La previsión es otorgar las seis nuevas licencias a lo largo del año 2021.

En cuanto a la estructura económica de las radios y la TDT que operaban en Cataluña en 2020, la mayoría de los *broadcasters* formaban parte de un **grupo de comunicación**. En el sector televisivo, por el número de canales que editan, cabe destacar el grupo de comunicación Mediaset España (Fininvest), el grupo Atresmedia (Planeta DeAgostini) y los dos grupos de comunicación públicos encargados de gestionar los medios de comunicación del Gobierno de España y de la Generalitat de Cataluña: la RTVE y la CCMA, respectivamente.

En radio, los grupos que tienen más presencia en número de emisoras son Prisa y COPE.

Asimismo, en 2020 la mayoría de medios locales en Cataluña también formaban parte de grupos de comunicación multimedia o cadenas radiofónicas o televisivas. Entre estos grupos de comunicación multimedia, cabe destacar el Grup Segre, ETV, Cadena Pirenaica, Mola, L'Ebre, Corisa Media Grup, Costa Brava Global Media, y Prosa, principalmente. En televisión de proximidad, Teve.cat y Taelus. Y en cadenas radiofónicas, GUM, Simalro y Ràdio Marina.

En el ámbito local, la Xarxa Audiovisual Local (XAL), con 176 entidades adheridas, aprobó en noviembre de 2020 el Plan estratégico 2021-2025.

Asimismo, también están los **servicios de IPTV**, que en Cataluña provienen de tres empresas de telecomunicaciones que operan en este territorio, con servicios de televisión de pago (Movistar+, Orange, Vodafone).

Y, finalmente, están los **servicios OTT**, ofrecidos por empresas que no son propietarias de la red por donde se transmite la señal. Hay dos tipos de OTT: por un lado, los servicios bajo demanda, que ofrecen un menú cerrado (aunque muy extenso) de contenidos sobre los que poseen los derechos de explotación comercial. Y, por el otro, las plataformas de intercambio de vídeos (PIV) y los servicios de vídeo de las redes sociales.

En cuanto a los servicios bajo demanda que ofrece la base de datos MAVISE, del Observatorio Europeo del Audiovisual (Consejo de Europa), contabiliza hasta un total de 1.492 servicios audiovisuales a petición en Europa, entre los que se encuentra Amazon Prime, Apple TV, EuroSport (filial de Discovery), HBO y YouTube Premium. En España, MAVISE contabiliza hasta un total de 38 servicios audiovisuales a petición.

El descenso del consumo de bienes y servicios a causa de la Covid-19 afectó profundamente al **sector de la publicidad** a lo largo de 2020. Cuando el

mercado publicitario apenas se había recuperado de la crisis económica de 2008, el consumo volvió a caer y, con él, la actividad publicitaria. El descenso generalizado de la inversión publicitaria afectó a todos los medios, pero en diversos grados. En este sentido, mientras que la publicidad digital sufrió menos las consecuencias de la crisis del coronavirus, los medios convencionales se resintieron mucho. En concreto, la televisión estatal en abierto sufrió una reducción de los ingresos publicitarios del 19,2% en relación con 2019, la televisión de pago, del 8,9%, la autonómica, del 12,6% y la local, del 16,9% según datos de InfoAdex referidos a España.

La Associació Catalana de Ràdio (ACR) estima que la radio generalista concentró el 68,8% de dicha inversión (29,8 M€), mientras que las temáticas siguieron perdiendo cuota y representaron el 31,2% (13,5 M€).

La pandemia de Covid-19 afectó gravemente al tejido económico y social global. Para intentar dar respuesta a la situación, las administraciones y los gobiernos desplegaron políticas públicas de urgencia. El sector audiovisual en Cataluña recibió durante el 2020 un total de 68,8 millones de euros en concepto de **ayudas económicas y financieras** por parte de entidades públicas, de las que casi 10 millones se destinaron a mitigar las consecuencias de la crisis sanitaria.

El año 2020 estuvo marcado por la pandemia de Covid-19, que llevó asociada unas medidas excepcionales que repercutieron en los **hábitos del consumo audiovisual**. Estas medidas modificaron los hábitos, el ocio y las necesidades de las personas consumidoras, y favorecieron, por un lado, la reconexión de las audiencias con los medios de comunicación tradicionales (especialmente la televisión) y, por el otro, el aumento del consumo audiovisual en línea.

En primer lugar, se constata un incremento del consumo global de televisión entre todos los grupos de edades, aunque con diferentes intensidades. Dicho aumento se distribuyó de forma bastante equilibrada entre las diversas cadenas, pero favoreció a las públicas. En cuanto a formatos, la situación propició un mayor consumo de contenidos informativos –sobre todo teleinformativos–, de ficción y de entretenimiento.

A todos los efectos, la cadena de **televisión** más vista en Cataluña en 2020 fue TV3, con un liderazgo que ocupa por undécimo año consecutivo y que mantuvo con el 14,6% de *share*. La siguieron Telecinco (11,0%) y Antena 3 TV (9,0%), aunque con una cuota ligeramente más baja que la de 2019.

Una de las consecuencias de los cambios mediáticos a raíz de la Covid-19 durante 2020 fue el aumento de la contratación de **servicios de televisión de pago** IPTV, como Movistar+ y Orange TV, y, sobre todo, el incremento de suscripciones a plataformas OTT de contenido de pago bajo demanda, como Netflix, Amazon Prime Vídeo, Disney+ o Filmin. El líder de las plataformas de

televisión de pago (tanto OTT como IPTV) fue Netflix, con 1.500.600 hogares abonados, lo que significa 3.241.434 personas.

De acuerdo con los datos del Estudio General de Medios, la media de tiempo de consumo de **radio** por persona fue de 192 minutos diarios durante 2020, cifra que representa un 92% más que el mismo periodo de 2019.

En cuanto a emisoras, RAC1 continuó como líder de audiencia en Cataluña con 781.000 oyentes (de lunes a domingo), Catalunya Ràdio, en segunda posición con 583.000 oyentes y la Cadena SER, en tercer lugar con 393.000. Las siguen la COPE con 187.000 oyentes, Onda Cero con 111.000 y RNE con 89.000.

[L'audiovisual a Catalunya \(2020\)](#)

Más información: **Comunicación del CAC** • C/ Vergós, 36-42 • 08017 Barcelona
Tel.: 935 575 000 y 627 480 483 • **Fax:** 935 575 003
Correo electrónico: comunicacio.cac@gencat.cat
Web: www.cac.cat