

CONSUMO AUDIOVISUAL EN TELEVISIÓN

TV / TV CONECTADA

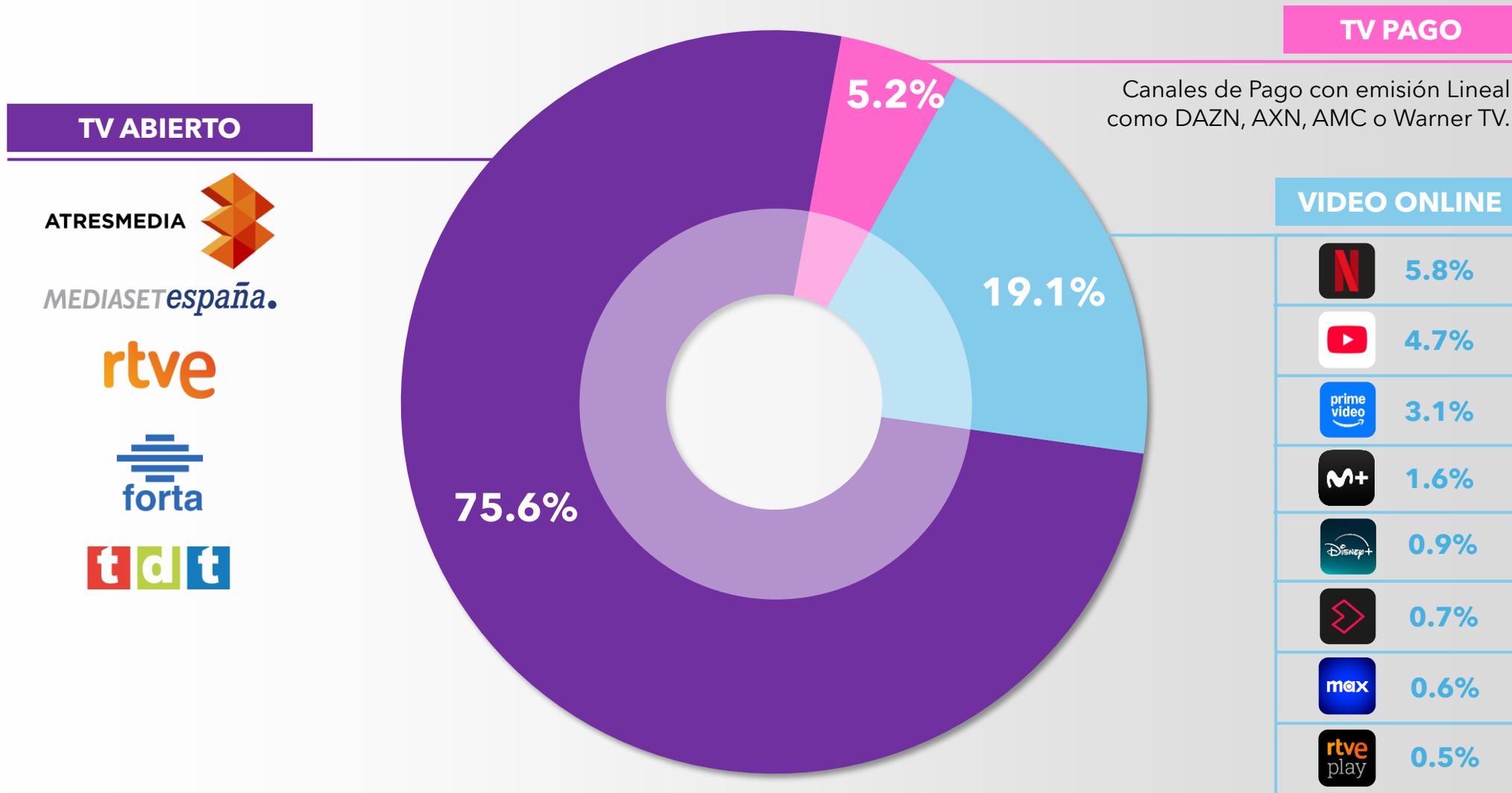
DICIEMBRE 2024

Estudio elaborado por DOS30'
con datos de Kantar Media y TVTOP



DISTRIBUCIÓN CONSUMO AUDIOVISUAL EN TELEVISIÓN

Total individuos (4+) | Total España | Distribución del consumo audiovisual en la Televisión | Fuente: Kantar Media



EVOLUCIÓN DEL CONSUMO AUDIOVISUAL EN TELEVISIÓN

Total individuos (4+) | Total España | Distribución del consumo audiovisual en la Televisión | Fuente: Kantar Media

RTVE Play, Disney+ y TV Pago, las que más crecen en diciembre.

La televisión en abierto sigue dominando el panorama audiovisual en España al congregarse al 75.6% del consumo nacional. La TV de Pago crece un +10.6% en diciembre hasta alcanzar el 5.2% del consumo audiovisual. Las plataformas que más crecen en diciembre son RTVE Play (+25%) y Disney+ (+12.5%).

		DIC 23	ENE 24	FEB 24	MAR 24	ABR 24	MAY 24	JUN 24	JUL 24	AGO 24	SEP 24	OCT 24	NOV 24	DIC 24	DIF.% ÚLTIMO MES
TV LINEAL	TV ABIERTO	77.8%	78.3%	78.4%	77.3%	78.1%	77.8%	79.0%	79.2%	76.4%	76.2%	76.9%	77.2%	75.6%	-2.1
	TV PAGO	6.0%	6.0%	5.8%	5.9%	5.6%	5.3%	4.2%	4.1%	5.0%	5.2%	4.9%	4.7%	5.2%	10.6
VIDEO ONLINE	NETFLIX	5.1%	5.1%	4.8%	5.3%	5.3%	5.4%	5.1%	4.8%	5.4%	5.5%	5.4%	5.3%	5.8%	9.4
	YOUTUBE	4.2%	3.8%	4.1%	4.2%	4.2%	4.4%	4.4%	4.6%	5.0%	4.4%	4.2%	4.3%	4.7%	9.3
	PRIME VIDEO	2.5%	2.3%	2.3%	2.3%	2.0%	2.1%	2.0%	2.1%	2.5%	3.1%	2.7%	3.1%	3.1%	0.0
	DISNEY+	1.3%	1.1%	1.0%	1.2%	1.1%	1.0%	0.9%	0.9%	1.1%	1.1%	1.0%	0.8%	0.9%	12.5
	MAX	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.4%	0.4%	0.6%	0.8%	0.9%	0.5%	0.6%	0.6%	0.6%	0.0
	MOVISTAR+	1.4%	1.4%	1.5%	1.5%	1.6%	6.7
	ATRESPLAYER	0.8%	0.8%	0.9%	0.7%	0.7%	0.0
	RTVE PLAY	0.5%	0.5%	0.6%	0.4%	0.5%	25.0
	RESTO VOD	2.6%	2.9%	3.1%	3.3%	3.4%	3.6%	3.7%	3.6%	1.1%	1.3%	1.3%	1.3%	1.3%	0.0

CONTENIDOS AUDIOVISUALES MÁS VISTOS

Fuentes Kantar Media y TvTop | Total Individuos | Total España | Audiencia Media (en miles de espectadores)

Las emisiones de la TV Lineal reinan en el mes de diciembre.

La emisión más vista de la TV Lineal, las 'Campanadas de fin de año' en La1, tuvieron 25 veces más audiencia que la emisión más vista de YouTube. De este modo queda clara la fuerza de la TV Lineal en este último mes de 2024, donde las tres emisiones más vistas de la TV fueron las Campanadas tanto en La1 como en Antena 3.



CADENA	PROGRAMA	FECHA	AUDIENCIA MEDIA
LA1	CAMPANADAS DE FIN DE AÑO	31 DIC	4.800.000
A3	CAMPANADAS 2025	31 DIC	4.345.000
LA1	CAMPANADAS CANARIAS	31 DIC	3.625.000
LA1	OPERACIÓN: IA, IA, OH!	31 DIC	3.586.000
LA1	FELIZ 2025	31 DIC	3.433.000



STREAMER	PROGRAMA	FECHA	AUDIENCIA MEDIA
URBAN ROOSTERS	FMS WORLD SERIES 24 JORNADA 3 COLOMBIA	20 DIC	193.200
URBAN ROOSTERS	FMS WORLD SERIES 24 JORNADA 4 MÉXICO	22 DIC	175.100
URBAN ROOSTERS	FMS WORLD SERIES 24 JORNADA 2 CHILE	15 DIC	166.500
URBAN ROOSTERS	FMS WORLD SERIES 24 JORNADA 1 BOLIVIA	12 DIC	154.600
DJ MARIIO	SORTEO MUNDIAL DE CLUBES FIFA 2025	5 DIC	58.300



STREAMER	PROGRAMA	FECHA	AUDIENCIA MEDIA
IBAI	EL JUEGO DEL CALAMAR - LA PRUEBA DEL MENÚ	19 DIC	135.700
ILLO JUAN	YO SOY EL GOTY DESDE LOS ANGELES	12 DIC	77.300
IBAI	PRESENTACIÓN KOI 2025	6 DIC	51.400
ILLO JUAN	TARDE DE TERROR CON ANDRÉS	17 DIC	36.000
ILLO JUAN	EL STREAM MÁS LUDOPATA DE LA HISTORIA	16 DIC	41.400

ROSTROS MÁS VISTOS EN EL MES

Fuentes Kantar Media, Streamscharts y TvTop | Total Individuos

LalaChus y Broncano destacan como los rostros más vistos de diciembre

Diciembre es un mes de éxito en volumen de audiencias para la Televisión Lineal. De ahí que este mes el rostro más visto comparta liderato entre LalaChus y Broncano gracias a las Campanadas de Fin de Año. Ambos lograron una media de 4.8 millones de espectadores en La1. Muy lejos quedan los volúmenes de espectadores de plataformas como YouTube, donde El Rubios no llega a los 25.000 espectadores de media. O los 45.000 espectadores de Ibai Llanos en Twitch.



RANKING DE LOS SPOTS CON MAYOR IMPACTO

Fuente Kantar Media | Total España | Total Individuos

La cobertura más amplia para los anunciantes, siempre, en la Televisión.

Ningún otro medio, ni digital ni convencional, consigue la repercusión, cobertura e impacto que logran los canales tradicionales de televisión. El spot de Coca-Cola de La1, emitido en Nochevieja, superó los 5.7 millones de espectadores. Mientras que los spots de Telefónica y Abanca, en las Campanadas de Antena 3, superaron los 5.5 millones de espectadores. Ningún otro medio logra estas cifras para los anunciantes.



DOS30'

