

# CONSUMO AUDIOVISUAL EN TELEVISIÓN

TV / TV CONECTADA

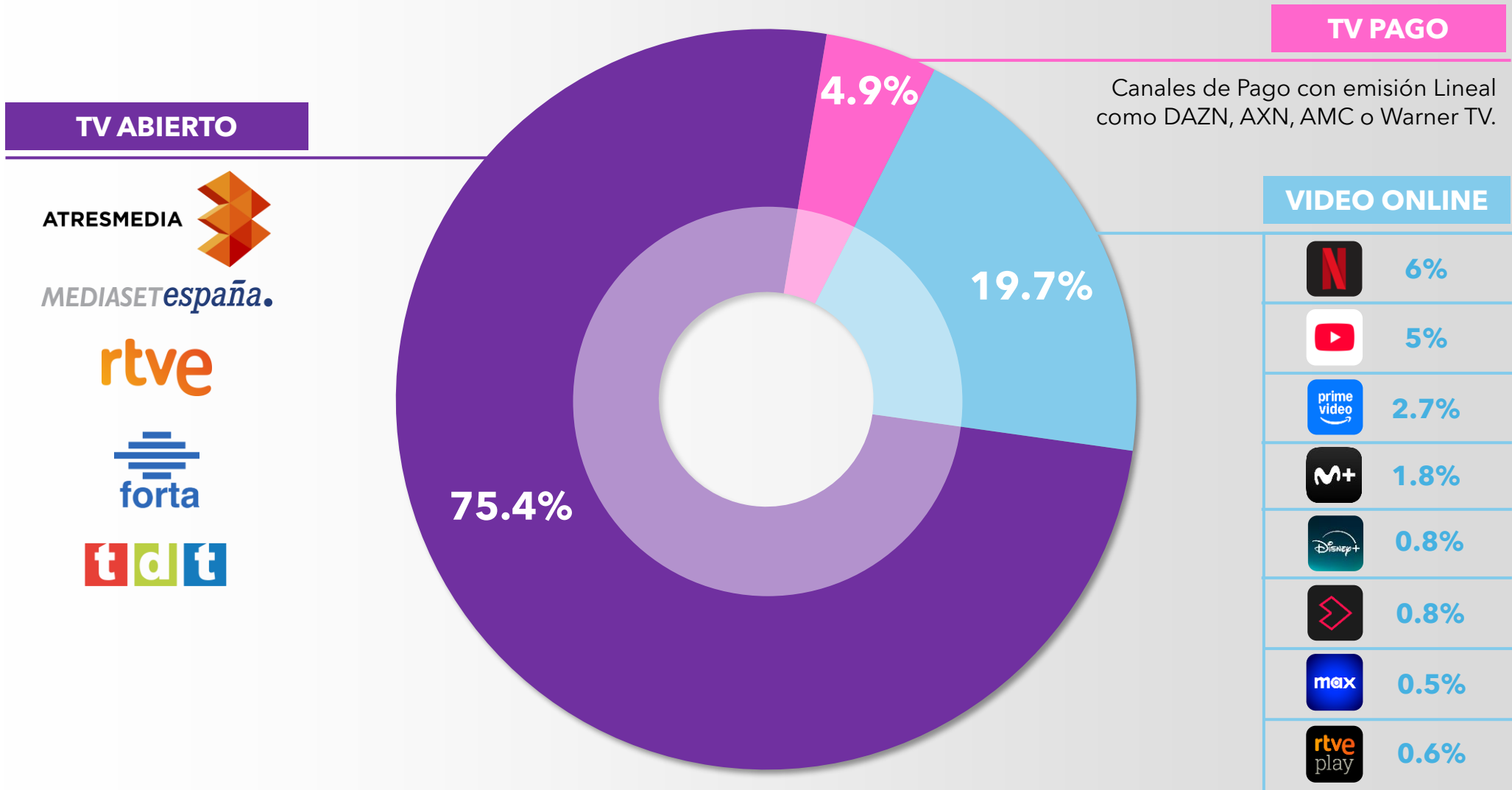
**FEBRERO 2025**

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

## La TV en abierto domina en febrero, ocupando más de tres cuartas partes del mercado frente a las OTT

La televisión en abierto sigue reinando, suponiendo el 75.4% de todo el contenido audiovisual que se consume en el mes de febrero, frente al 19.7% de las plataformas de video online. Los canales lineales de pago crecen en un +4.3% y Netflix baja a un 6% de cuota de mercado, tras el máximo de enero, seguido de Youtube, que apenas ocupa el 5% del consumo audiovisual.

		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	ENE 25	FEB 25	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%	75.6%	75.4%	-0.3
	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%	4.7%	4.9%	4.3
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%	6.4%	6.0%	-6.3
	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%	4.6%	5.0%	8.7
	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%	2.9%	2.7%	-6.9
	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%	0.9%	0.8%	-11.1
	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%	0.7%	0.5%	-28.6
	MOVISTAR+	.	.	.	.	.	.	.	.	1.4%	1.4%	1.5%	1.5%	1.6%	1.7%	1.8%	5.9
	ATRESPLAYER	.	.	.	.	.	.	.	.	0.8%	0.8%	0.9%	0.7%	0.7%	0.8%	0.8%	0.0
	RTVE PLAY	.	.	.	.	.	.	.	.	0.5%	0.5%	0.6%	0.4%	0.5%	0.4%	0.6%	50.0
	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%	1.3%	1.5%	15.4

# CONTENIDOS AUDIOVISUALES MÁS VISTOS

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

## La emisión más vista de la TV Lineal logra 55 veces más audiencia que la de YouTube.

La emisión más vista de la TV Lineal, que correspondió al partido de Copa del Rey entre el Barcelona y el At. Madrid, logró 55 veces más audiencia que la emisión más vista en YouTube. Más de 3.9 millones de audiencia para el espacio más visto de febrero en la TV Lineal. Por el contrario, las emisiones más vistas de YouTube y Twitch apenas superan los 70.000 espectadores de audiencia media.



CADENA	PROGRAMA	FECHA	AUDIENCIA MEDIA
LA1	FÚTBOL COPA DEL REY: BARCELONA - AT. MADRID	25 FEB	3.925.000
LA1	FÚTBOL COPA DEL REY: R.SOCIEDAD - R.MADRID	26 FEB	3.472.000
LA1	FÚTBOL COPA DEL REY: VALENCIA - BARCELONA	6 FEB	2.892.000
ANTENA 3	EL HORMIGUERO: MARIANO RAJOY	13 FEB	2.482.000
ANTENA 3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	3 FEB	2.415.000



STREAMER	PROGRAMA	FECHA	AUDIENCIA MEDIA
RFEF	SORTEO EN DIRECTO COPA DEL REY	12 FEB	70.500
EL CHIRINGUITO TV	REAL MADRID - ATLETI	8 FEB	45.300
URBAN ROOSTERS	FMSESPAÑA FINALS 2024 - JORNADA 5 TEMPORADA 7	7 FEB	36.700
DJ MARIIO	SORTEO CHAMPIONS LEAGUE	21 FEB	31.900
ONDA CÁDIZ CARNAVAL	COAC 2025 - 12ª SESIÓN DE PRELIMINARES	3 FEB	31.700



STREAMER	PROGRAMA	FECHA	AUDIENCIA MEDIA
KNEKRO	CO STREAM LEC - DÍA HISTÓRICO EN EL LOL	17 FEB	77.500
KNEKRO	CO STREAM LEC - NOS LO JUGAMOS TODO HOY	23 FEB	74.100
KNEKRO	CO STREAM LEC - SI GANAMOS JUGAMOS MAÑANA	16 FEB	64.900
KNEKRO	CO STREAM LEC - NOS JUGAMOS EL TOP 3	2 FEB	60.300
KNEKRO	PRIMER BO5 DE FEARLESS, EL QUE GANE A LA FINAL	24 FEB	51.500

# ROSTROS MÁS VISTOS EN EL MES

Fuentes Kantar Media, Streamscharts y TvTop | Total Individuos

## Vicente Vallés es el rostro más visto del universo audiovisual en febrero.

La TV Lineal acapara a los principales rostros con mayor cobertura e impacto en el mundo audiovisual, por delante de las 'estrellas' de YouTube o Twitch. En febrero, Vicente Vallés fue visto por una media de 2.196.000 espectadores en sus 20 emisiones en Antena 3. En Twitch, Illo Juan fue el rostro más seguido con 30.600 espectadores de media, muy lejos de los datos que logran los 'influencers' de la televisión.

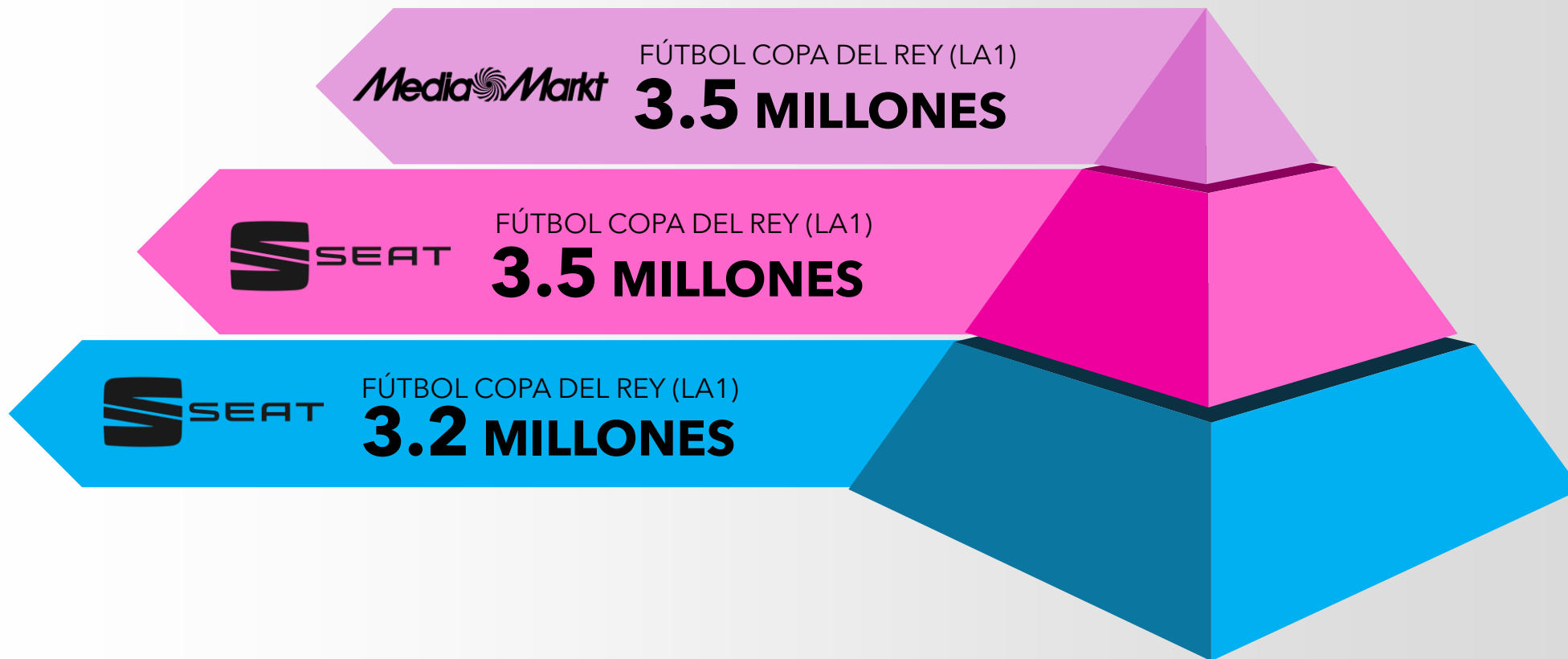


# RANKING DE LOS SPOTS CON MAYOR IMPACTO

Fuente Kantar Media | Total España | Total Individuos

## El fútbol en abierto, el mayor escaparate para los anunciantes.

No hay soporte audiovisual que ofrezca una cobertura tan amplia como la televisión. Y si a esto le sumamos el fútbol en abierto, la cobertura se duplica. El spot de Media Markt emitido durante el partido de Copa del Rey entre el Barcelona y el At. Madrid llegó a más de 3.5 millones de espectadores en La1. Le sigue Seat con más de 3.5 millones también durante el Barcelona-At.Madrid y cierra el Top 3 el spot de Seat durante el encuentro que enfrentó a R.Sociedad y R.Madrid en Copa del Rey.



DOS30'

