

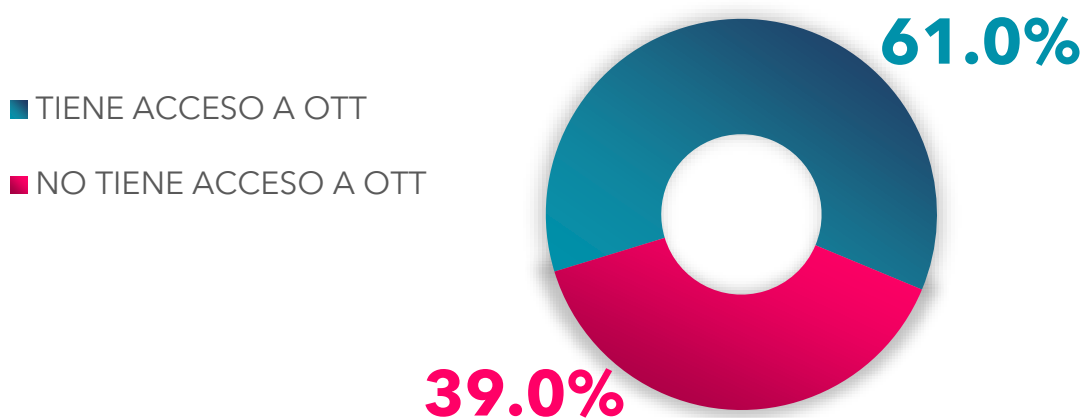
VOD ANALYTICS

JULIO - SEPTIEMBRE 2022
(3^a OLEADA)

TASA DE PENETRACIÓN DE OTTS

Total individuos

El 61% de la población tiene acceso a alguna plataforma de video bajo demanda en España.

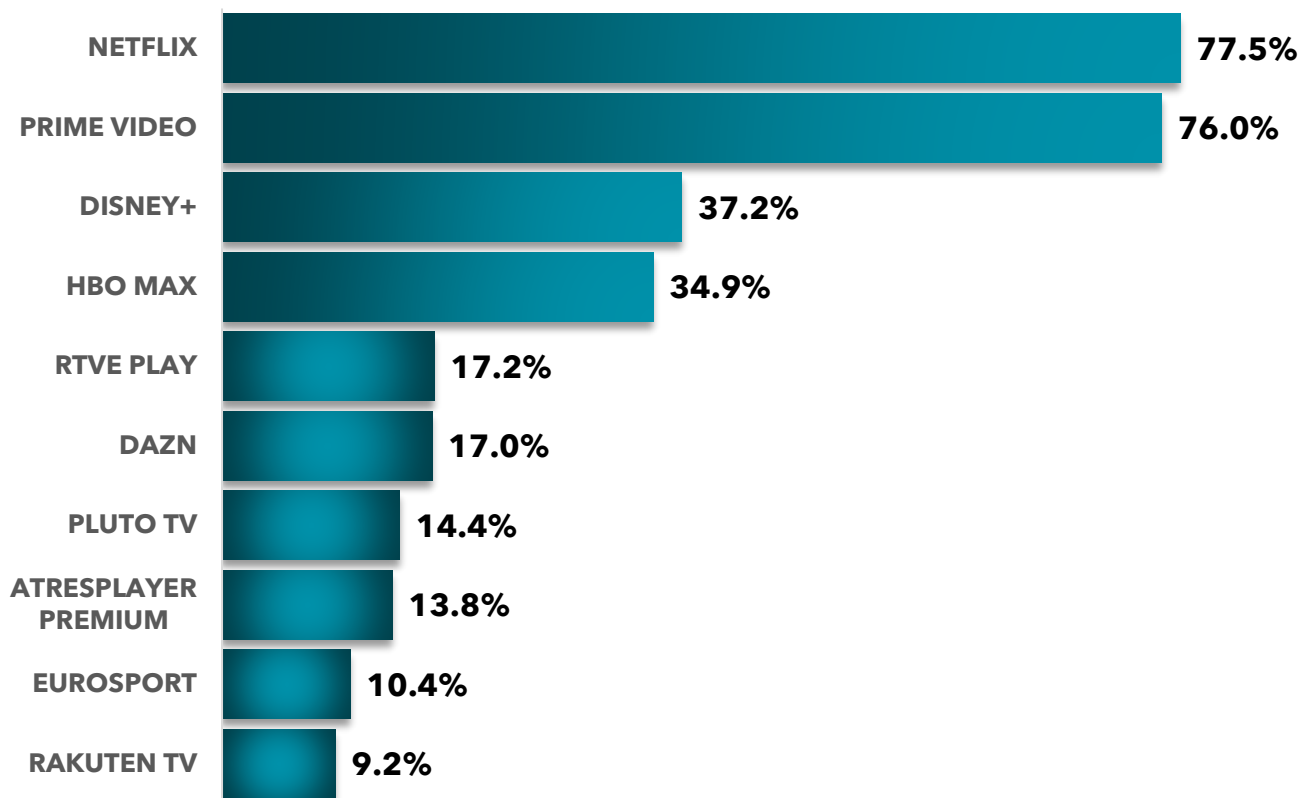


*Fuente: EGM

Netflix es la plataforma con mayor penetración en España ocupando el 77.5% del mercado entre los usuarios con acceso a plataformas, el mismo dato que lograra en el segundo trimestre del año. Prime Video continúa en 2ª posición con el 76% del mercado. DAZN, Rakuten TV o Canal Sur Más se sitúan entre las plataformas que mejoran su cuota respecto a la 2ª oleada.

CUOTA DE MERCADO

Top 10 Plataformas



A pesar de la actual situación económica en España, aumenta ligeramente el volumen de usuarios que gastan más de 10 euros al mes en suscripciones a alguna OTT, pasando del 66.2% en la segunda oleada al 66.8% en la actualidad.

GASTO PROMEDIO

Total individuos

33.2%

Gasta menos
de 10 euros

66.8%

Gasta más
de 10 euros

El principal motivo de suscripción a una OTT continúa siendo la variedad de contenidos (67.2% de los usuarios). El 41.8% de los usuarios que se suscriben a una OTT lo hacen por la ausencia de publicidad, aspecto a tener en cuenta para algunas plataformas que comenzarán en los próximos días con este modelo de negocio, como es el caso de Netflix. Entre los motivos por los que se dan de baja aumenta el de un precio demasiado elevado (24.2%).

ALTAS Y BAJAS DE PLATAFORMAS

Total individuos

■ Variedad de contenidos
en la plataforma.

67.2%

24.2%

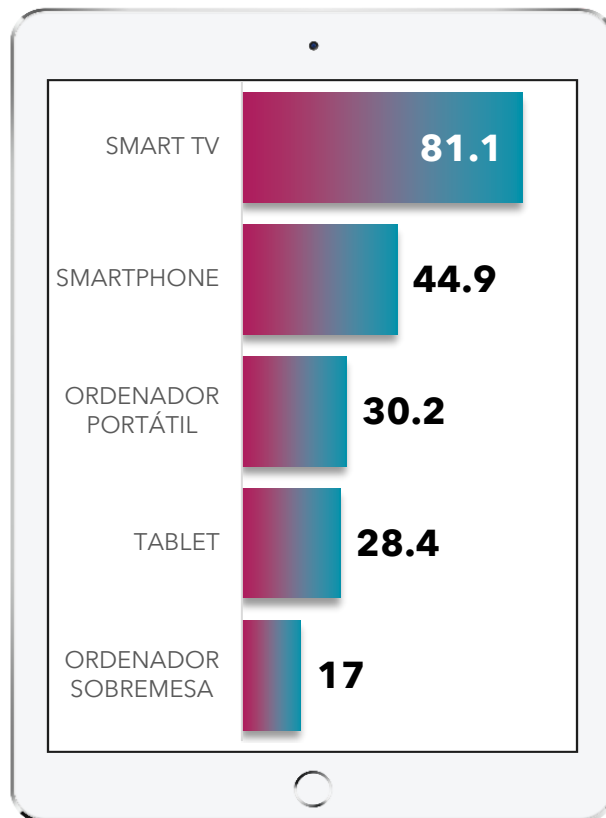
■ Usuarios que se desuscriben
por el elevado precio.

CONSUMO EN DISPOSITIVOS

Total individuos

La televisión continúa siendo el dispositivo elegido por los usuarios para ver contenido bajo demanda, y así lo constata el 81.1% de la muestra de este último trimestre. Le sigue el smartphone con el 44.9% y en menor medida el portátil con el 30.2%.

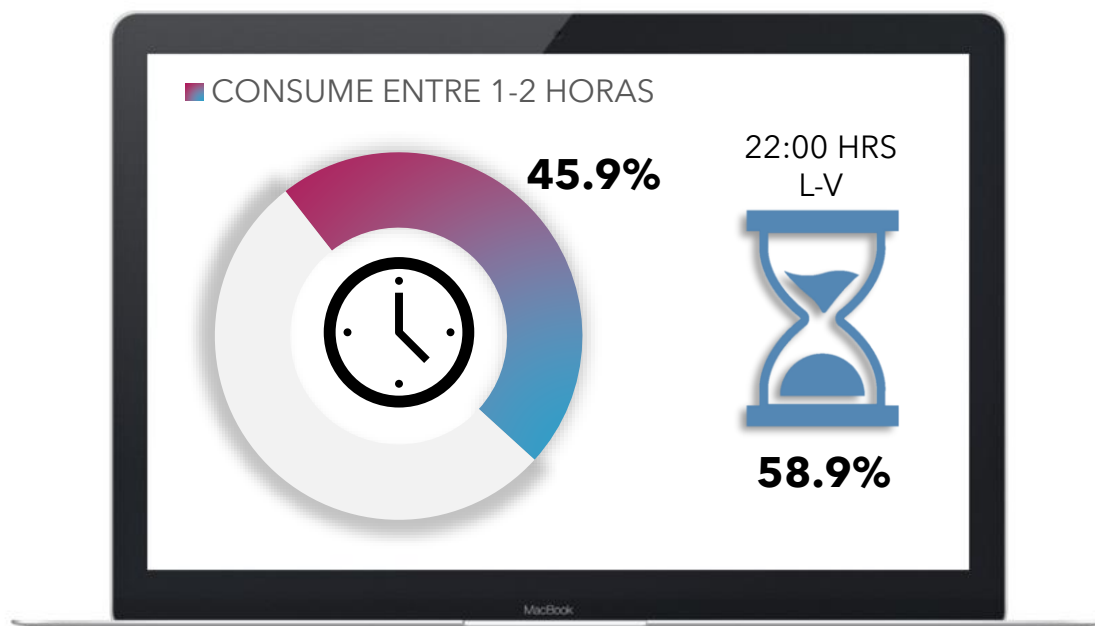
En el caso de los jóvenes, el consumo a través de smartphone se dispara hasta el 57.1%, mientras que los mayores de 60 años son los que más consumen a través de la tablet (31.6%).



HORAS DE CONSUMO

Total individuos

Decrece el visionado respecto al primer y segundo trimestre de 2022 entre aquellas personas que consumen una media de 60-120 minutos al día en plataformas OTT. El consumo cae un 3% respecto al período abril-junio de 2022. Las 22:00 horas continúa siendo el momento de mayor consumo del día en jornadas laborales (58.9% de los usuarios se conectan a esta hora).



SERIES + VISTAS

TOTAL PLATAFORMAS

RANKING POR CUOTA%

Top 5

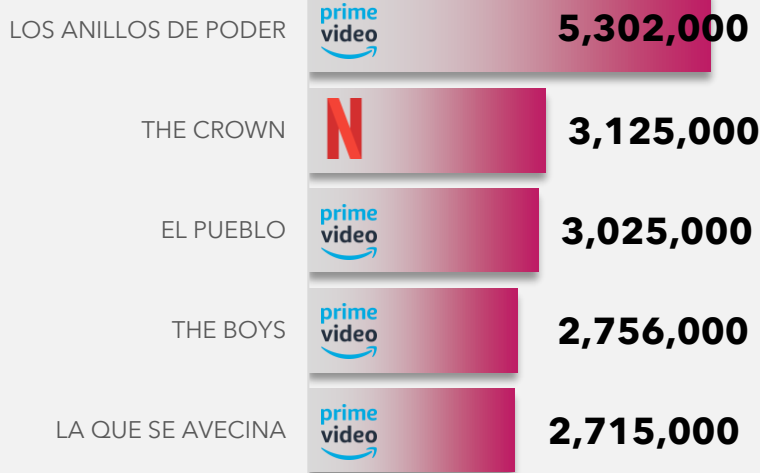
La lucha por el primer puesto entre las dos series de moda de HBO MAX y Prime Video esta servida. 'La casa del dragón' es la serie con mayor cuota de visionado sobre su plataforma de emisión en septiembre al llegar al 29.9% de cuota. 'El señor de los anillos: los anillos de poder' llegan al 29.2% en Prime Video.



RANKING POR MILES

Top 5

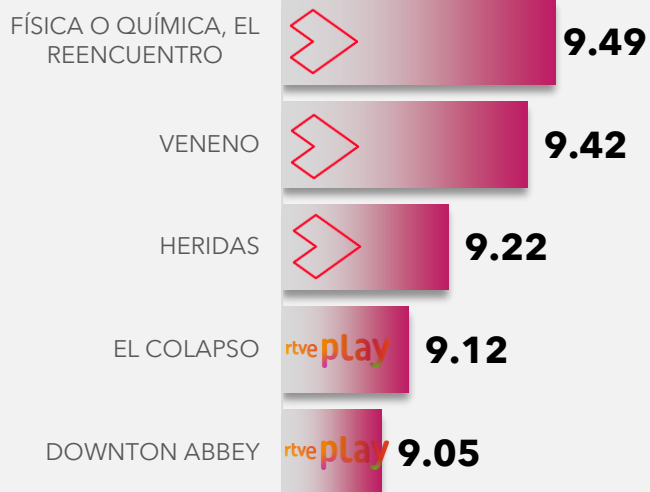
'El señor de los anillos: los anillos de poder' dominan sobre el resto de series de las distintas plataformas al congregarse a más de 5.3 millones de espectadores en septiembre. La muerte de Isabel II lleva a 'The Crown' a escalar hasta la 2ª posición con más de 3.1 millones de espectadores en Netflix.



RANKING POR VALORACIÓN

Top 5

El ranking por valoración es uno de los aspectos más destacados de nuestro estudio VOD Analytics. Son tres las series de Atresplayer Premium que se sitúan en el pódium de septiembre: 'Física o química, el reencuentro' con una nota media de 9.49, seguida por 'Veneno' (9.42) y 'Heridas' (9.22).



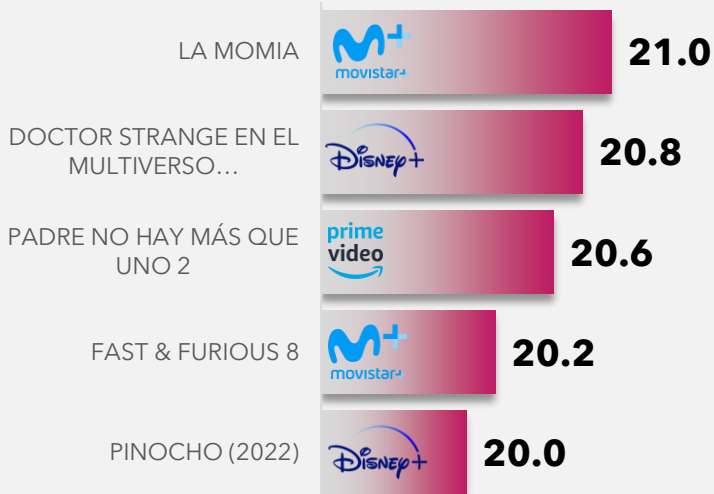
PELÍCULAS + VISTAS

TOTAL PLATAFORMAS

RANKING POR CUOTA%

Top 5

El ranking de películas más vistas en septiembre por cuota según su plataforma de emisión lo encabeza 'La momia' en Movistar+ Lite con un 21% de cuota. Sigue fuerte 'Doctor Strange en el multiverso de la locura' al rozar el 21% de cuota sobre Disney+. Buenos datos de la española 'Padre no hay más que uno 2' en Prime Video.



RANKING POR MILES

Top 5

El estreno en septiembre de la serie 'Los anillos de poder' ha arrastrado a la audiencia al visionado de las películas de 'El señor de los anillos', que se sitúan en el TOP5 por miles. 'Padre no hay más que uno 2' lidera por segundo mes consecutivo al reunir a 3.7 millones de espectadores en Prime Video.



RANKING POR VALORACIÓN

Top 5

En cuanto al Top 5 de valoración, la película de Disney+ 'Encanto' se sitúa en la primera posición en el mes de septiembre al lograr un 8.88 de nota media. Destaca la española 'Campeones' con un 8.83 de nota media en RTVE Play y '12 años de esclavitud' en Movistar+ Lite con un 8.81 de valoración.



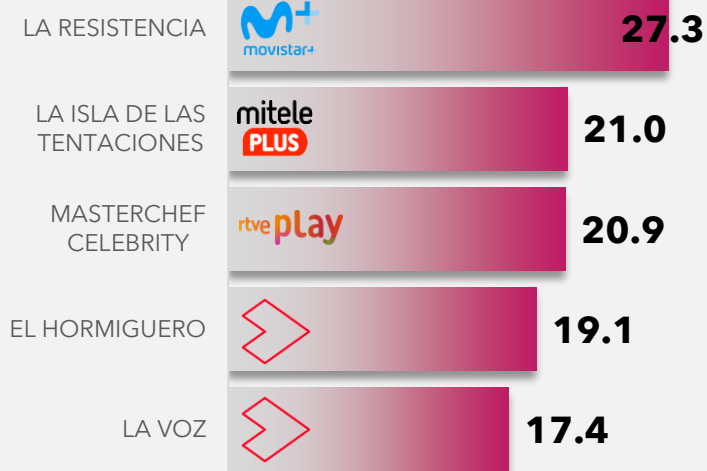
PROGRAMAS + VISTOS

TOTAL PLATAFORMAS

RANKING POR CUOTA%

Top 5

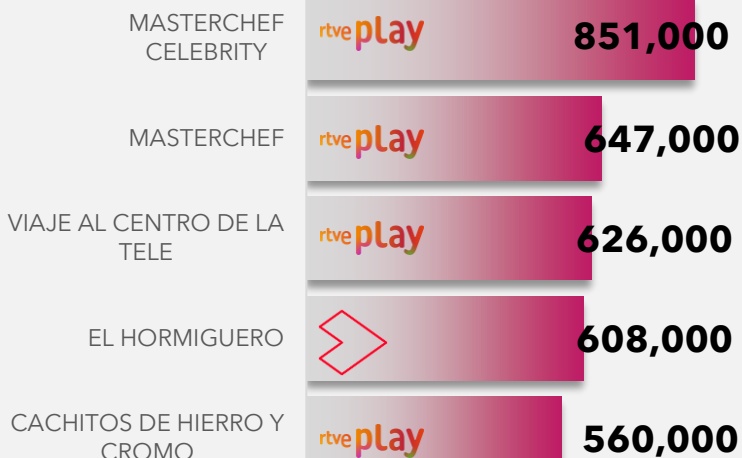
Con Broncano al frente, 'La resistencia' es el programa con mayor cuota sobre su plataforma en el mes de septiembre con un 27.3% en Movistar+ Lite. Le sigue el reality de Mediaset 'La isla de las tentaciones' con el 21% en Mitele Plus. 'Masterchef celebrity' cierra el TOP3 con el 20.9% sobre RTVE Play.



RANKING POR MILES

Top 5

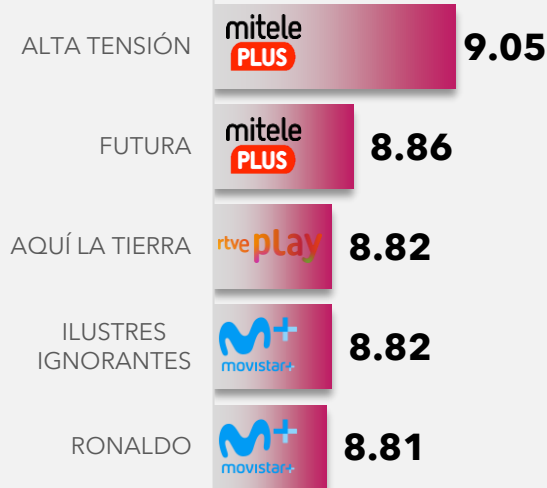
'Masterchef celebrity' es el programa con mayor volumen de espectadores en el mes de septiembre. La edición con famosos de Shine Iberia llega a los 851.000 espectadores en RTVE Play. 'El hormiguero' rompe con el dominio de RTVE y consigue 608.000 espectadores en Atresplayer Premium.



RANKING POR VALORACIÓN

Top 5

El concurso producido por Fénix Media 'Alta tensión' es el programa mejor valorado en septiembre por los usuarios de VOD con un 9.05 de nota media en Mitele Plus, seguido por 'Futura' con un 8.86 de valoración. El documental 'Ronaldo' se cuelga en el TOP5 de septiembre con una valoración de 8.81 en Movistar+ Lite.



ESTRENOS

HBO max SALVAR AL REY



CUOTA

7.9%

689.000 ESPECTADORES

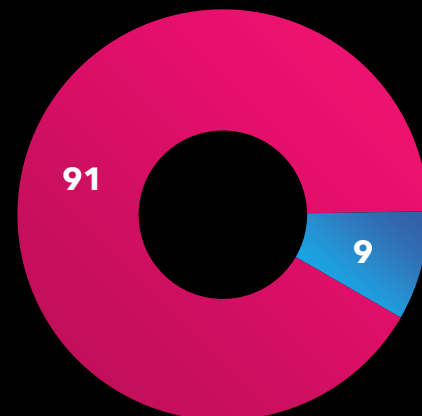
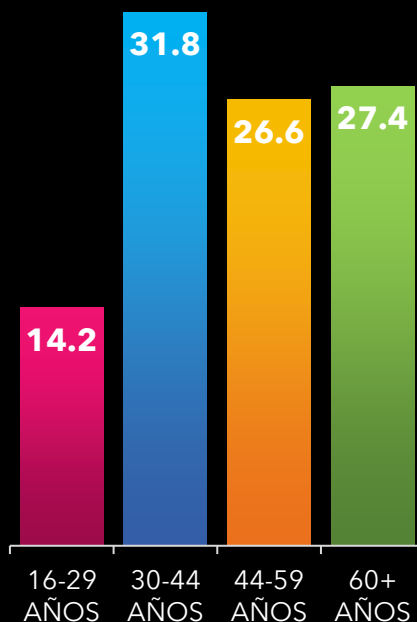
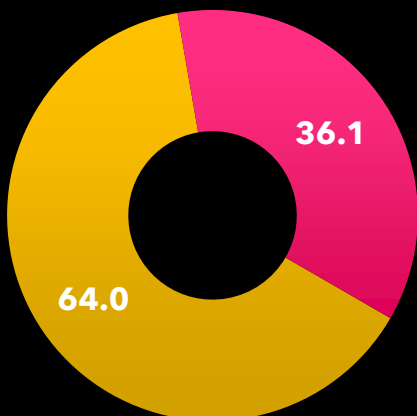
Sexos %

Edades %

Tipo de usuario %

■ HOMBRES ■ MUJERES

■ SUSCRIPTORES ■ USUARIOS



ESTRENOS



UN ASUNTO PRIVADO



CUOTA

6.9%

1.247.000 ESPECTADORES

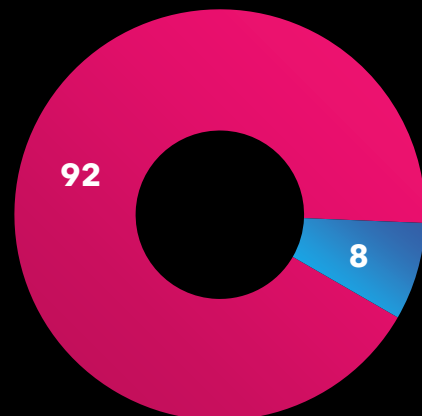
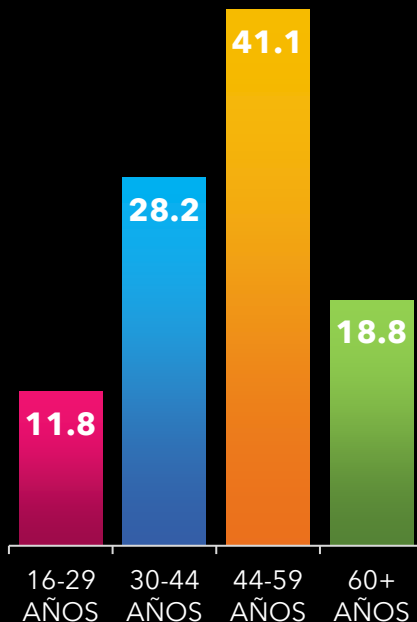
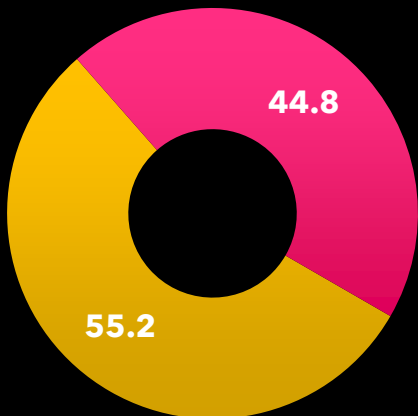
Sexos %

Edades %

Tipo de usuario %

■ HOMBRES ■ MUJERES

■ SUSCRIPTORES ■ USUARIOS





SIGMADOS30'
Investigación y medición de audiencias