

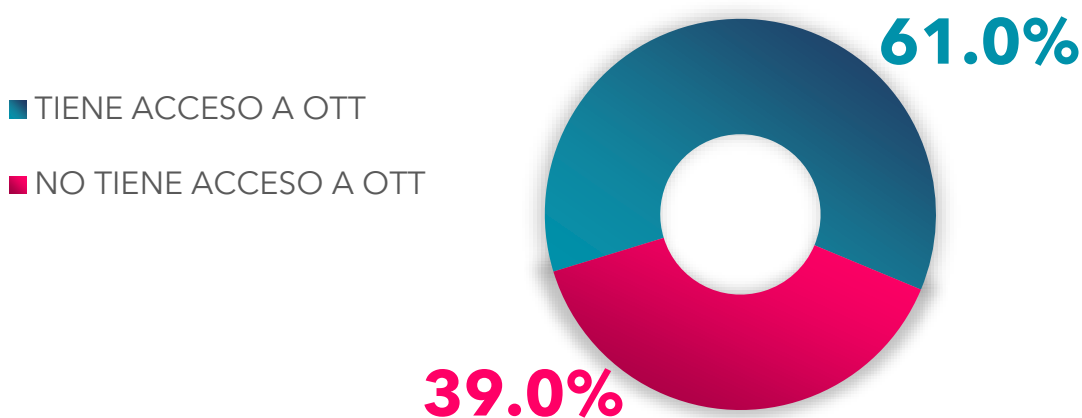
VOD ANALYTICS

OCTUBRE - DICIEMBRE 2022
(4^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 78.8% del mercado entre los usuarios con acceso a VOD, por lo que crece un +1.2% respecto al tercer trimestre de 2022. Prime Video continúa en 2ª posición con el 76.3% del mercado. Disney+, HBO MAX y RTVE Play cierran el top 5 del último trimestre de 2022.

CUOTA DE MERCADO

Top 5 Plataformas

RANKING CUOTA% PLATAFORMAS	4 TRIM. OCT-DIC 22	3 TRIM. JUL-SEP 22	2 TRIM. ABR-JUN 22	1 TRIM. ENE-MAR 22
	▲ 78.8	77.9	77.5	80.5
	▼ 76.3	76.6	76.7	78.9
	▼ 37.5	38.1	37.3	39.8
	▲ 37.4	36.8	38.9	41.6
	▲ 18.1	17.1	18.6	26

GASTO PROMEDIO

Total individuos

31.6%

Gasta menos
de 10 euros

68.4%

Gasta más
de 10 euros

Por tercer trimestre consecutivo, aumenta el volumen de gasto en VOD en nuestro país. El 68.4% de los usuarios gastan más de 10 euros al mes por contenidos, lo que supone un crecimiento del +2.5% respecto al tercer trimestre de 2022.

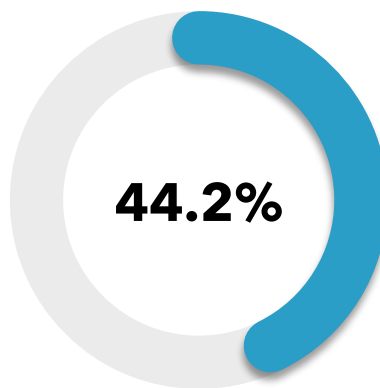
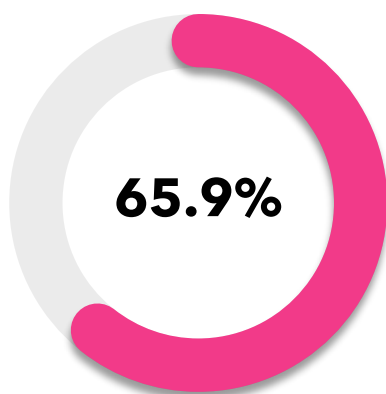
El principal motivo de suscripción a una OTT continúa siendo la variedad de contenidos (65.9% de los usuarios). El 44.2% de los usuarios que se suscriben a una OTT lo hacen por la ausencia de publicidad, aspecto a tener en cuenta para algunas plataformas como Netflix que han diversificado su forma de contratación. De hecho, el 16.3% de sus abonados se han pasado al plan con anuncios, mientras que el 83.7% disfruta de la suscripción completa sin anuncios.

MOTIVOS DE SUSCRIPCIÓN A PLATAFORMAS

Total individuos

■ Variedad de contenidos.

■ Ausencia de publicidad.



SUSCRIPCIÓN CON ANUNCIOS

Netflix

16.3%

Netflix Basic
with ads

83.7%

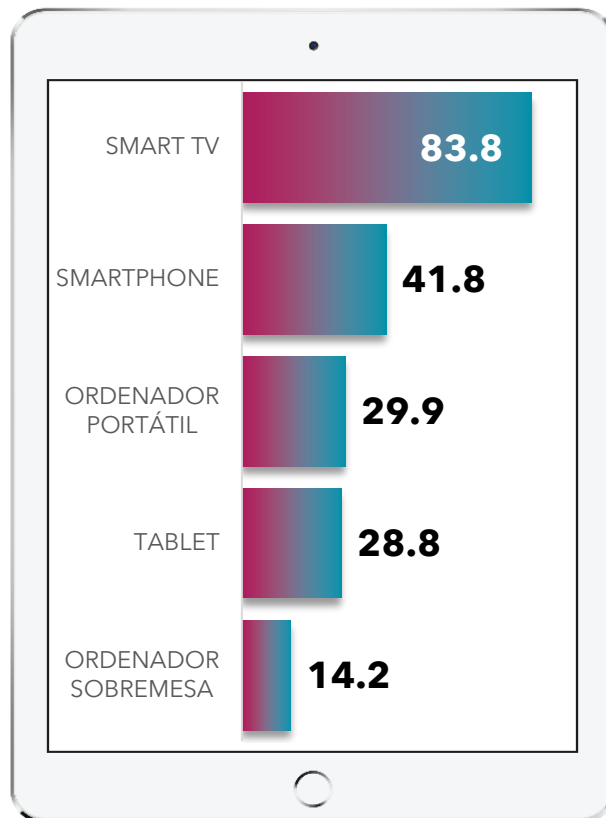
Netflix completo sin anuncios

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 83.8% de la muestra de este último trimestre. Le sigue el smartphone con el 41.8% y en menor medida el portátil con el 29.9%.

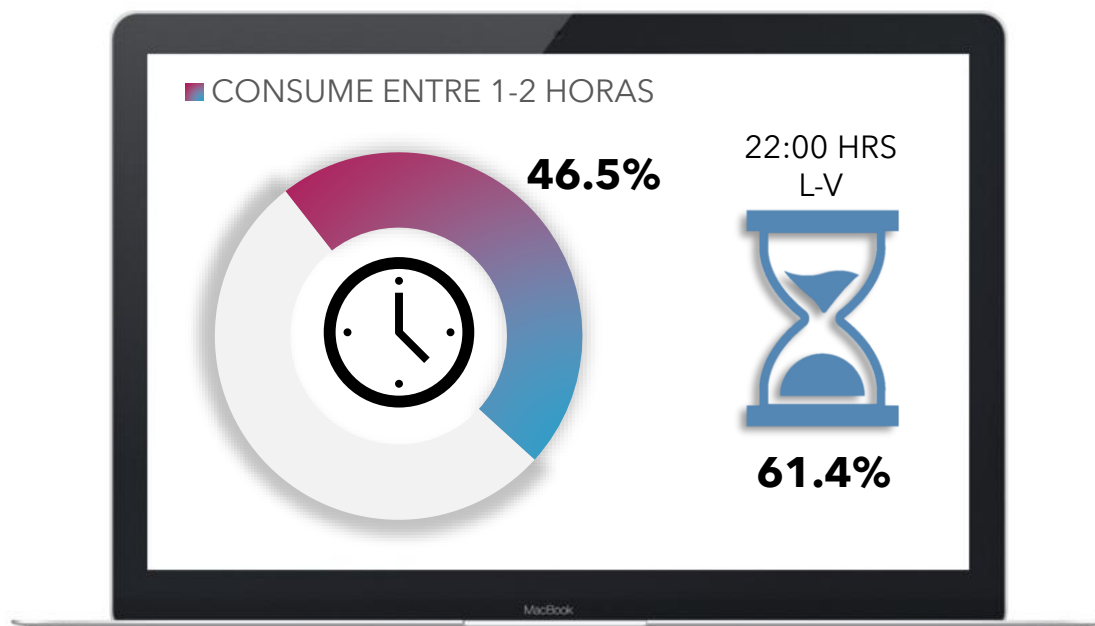
En el caso de los jóvenes, el consumo a través de smartphone se dispara hasta el 50.3%, mientras que los mayores de 60 años son los que más consumen a través de la tablet (32.4%).



HORAS DE CONSUMO

Total individuos

Crece ligeramente el visionado respecto a los tres primeros trimestres de 2022 entre aquellas personas que consumen una media de 60-120 minutos al día en plataformas OTT. El consumo mejora un +0.8% respecto a la última oleada. Las 22:00 horas continúa siendo el momento de mayor consumo del día en jornadas laborales (61.4% de los usuarios se conectan a esta hora).



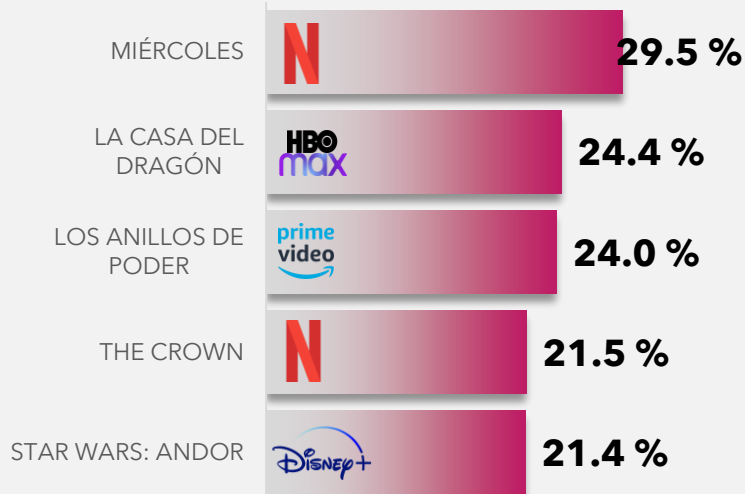
SERIES + VISTAS

TOTAL PLATAFORMAS

RANKING POR CUOTA%

Top 5

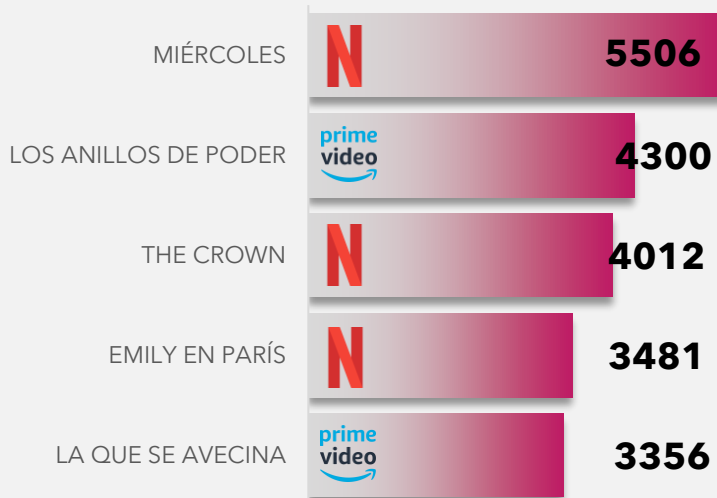
'Miércoles' es la serie más vista por cuota de pantalla respecto a su plataforma de emisión con el 29.5% sobre Netflix. Le sigue 'La casa del dragón' con el 24.4% sobre HBO MAX, con un descenso del 26.9% respecto al mes de noviembre. 'Los anillos de poder' cierran el TOP3 con el 24% de cuota sobre Prime Video.



RANKING POR MILES (000)

Top 5

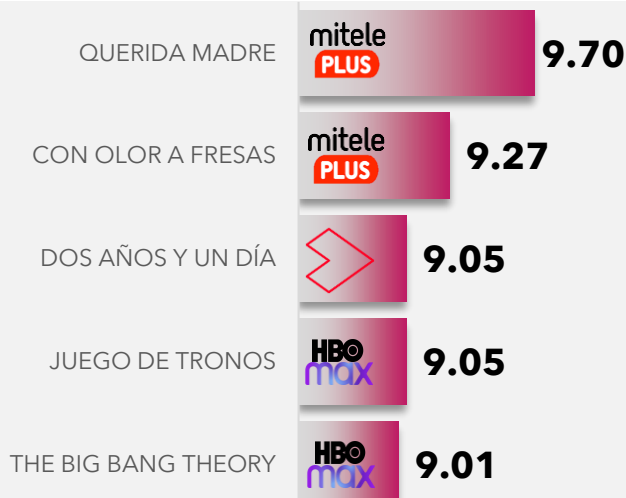
'Miércoles' le arrebató la primera posición del ranking de series más vistas en diciembre a 'Los anillos de poder' al alcanzar los 5.5 millones de espectadores únicos. Las series de Netflix 'The Crown' y 'Emily en París' logran 4 millones y 3.4 millones de usuarios únicos en diciembre respectivamente.



RANKING POR VALORACIÓN

Top 5

La telenovela 'Querida madre' de Mitele Plus es la serie mejor valorada por sus suscriptores con el 9.7 de nota media en diciembre. La serie española 'Dos años y un día' se sitúa en tercera posición con el 9.05 de nota media, mientras que 'Juego de tronos' y 'The big bang theory' de HBO MAX cierra en ranking de diciembre.



PELÍCULAS + VISTAS

TOTAL PLATAFORMAS

RANKING POR CUOTA%

Top 5

El ranking de películas más vistas en diciembre por cuota según su plataforma de emisión lo encabeza 'Avatar' en Disney+ con un 24.1% de cuota. Entran en el ranking los estrenos de 'Los renglones torcidos de Dios' (19.4%) y 'Puñales por la espalda: Glass onion' (18.4%), ambas de Netflix.



RANKING POR MILES

Top 5

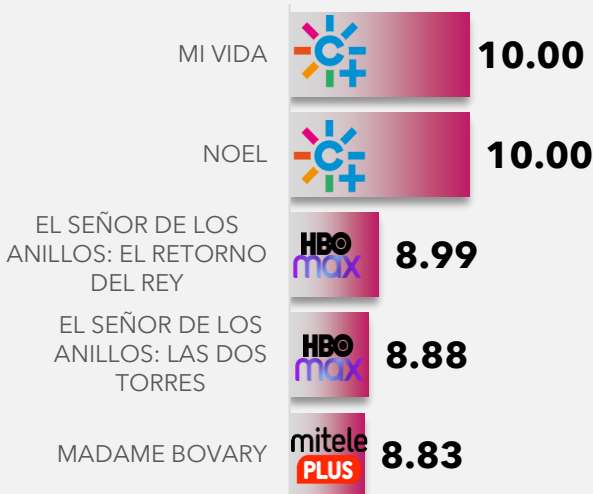
'Padre no hay más que uno 3' encabeza el ranking de diciembre de películas más vistas en VOD con 4.2 millones de usuarios únicos en Prime Video. Le sigue la recién estrenada 'Los renglones torcidos de Dios' que llega a los 3.6 millones de espectadores únicos. 'Glass onion' cierra el TOP3 de diciembre.



RANKING POR VALORACIÓN

Top 5

En cuanto al Top 5 de valoración, las películas de Canal Sur Más son las mejor valoradas por sus usuarios en el mes de diciembre. 'El señor de los anillos' roza el 9 de nota media con 'El retorno del rey' y 'Las dos torres'. Finalmente, la película 'Madame Bovary' de Mitele Plus alcanza el 8.83 de nota media en diciembre.



PROGRAMAS + VISTOS

TOTAL PLATAFORMAS

RANKING POR CUOTA%

Top 5

Son tres los programas de Atresplayer Premium que se sitúan en lo más alto del ranking por cuota. Destaca lo nuevo de 'Pesadilla en la cocina' que sube hasta la primera posición con el 26% sobre Atresplayer. 'La resistencia' de Movistar+ Lite y 'La isla de las tentaciones' cierran el ranking de diciembre.



RANKING POR MILES

Top 5

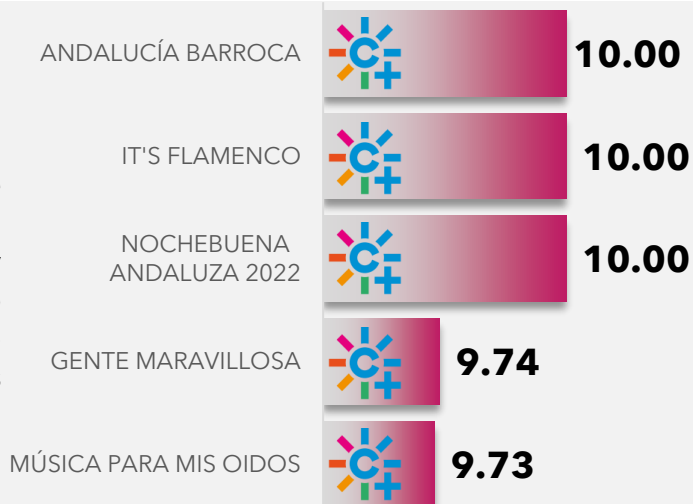
'Masterchef celebrity' repite como el programa con mayor volumen de espectadores únicos en diciembre con un total de 978.000 en RTVE Play. Le sigue 'Masterchef Navidad' con 804.000 usuarios únicos y los tres programas de Atresplayer Premium: 'Pesadilla en la cocina', 'La voz' y 'Joaquín, el novato'.



RANKING POR VALORACIÓN

Top 5

Canal Sur Más, una de las plataformas de VOD gratuitas españolas, está haciendo mucho ruido en el panorama andaluz y español. Sus programas se sitúan en lo más alto del ranking de valoración de diciembre por sus usuarios. Espacios como 'Gente Maravillosa' o 'Música para mis oídos' rozan el 10 de nota media.





SIGMADOS30'
Investigación y medición de audiencias